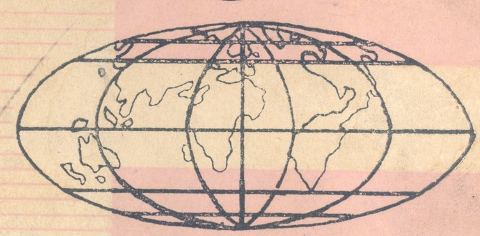
يوضع الغلاف مع الغلاف

الصحافة في العالم





تأليف ب . دينوابيه
ترجمة الأستاذ عبد العاطى جلال
مراجعة الدكتور خليل صابات

الناشر
دار سعد مصر

الألف كتاب

الصحافة فى العالم

(١٢٩)

بإشراف إدارة الثقافة العامة
بوزارة التربية والتعليم

الألف كتاب

الصحافة في العالم

تأليف

ب . دينوايينه

ترجمة
عبد العاطي جلال

مراجعة
الدكتور خليل صابات

الناشر
دار سعد مصر بالقاهرة

تقديم

على الرغم من الجهود التى بدأت تبذل فى مجال التأليف والترجمة فى الميدان الصحفى منذ أن وضعت الحرب العالمية الثانية أوزارها ، فإن المكتبة العربية لا تزال فقيرة فى هذا اللون من الثقافة .

ومما ترتاح إليه النفس أن المراجع العربية فى الثقافة الصحفية لاقت رواجا وقبولا من جانب المشتغلين بالصحافة والدارسين لها على السواء وخاصة فى المعاهد العلمية والجامعات .

ولا جدال فى أن الكتاب الأوروبيين والأمريكيين كان لهم فضل السبق فى هذه الدراسات ، فوضعوا مئات المؤلفات فى مختلف الفنون والعلوم الصحفية .

واهتمت هيئة اليونسكو بباريس بهذه الدراسة الجديدة فى العلوم الإنسانية ، وقامت فعلا بنشر عدد لا بأس به من الكتب المتصلة بالدراسات الصحفية ، مساهمة منها فى تنشيط تلك الدراسات . ولهذا فقد حرصت هذه الهيئة العالمية على إعداد سجل بأسماء جميع المراجع العلمية فى الفنون والعلوم الصحفية ليكون فى متناول الدارسين للصحافة .

(٢)

ويعجب المتصفح لهذا السجل كل العجب حينما يراه زاخرا بعدد ضخم من تلك المراجع التى نشرت فى سائر أنحاء العالم المتمدين .

ومن هذا القبيل أيضا ما قامت به دار النشر الفرنسية المسماة Presse Universitaires de France من نشر كتابين ثمينين فى الدراسات الصحفية ، يتناول أحدهما تاريخ الصحافة فى العالم وهو من تأليف إميل بواڤان وقد تم نشره فى سلسلة الكتب المترجمة ضمن مشروع الألف كتاب . أما الكتاب الثانى فهو الذى نقدمه اليوم إلى قراء العربية وهو من تأليف بيير دينوايه . وهو يعنى بدراسة دور الصحف الكبرى فى فرنسا وبريطانيا والولايات المتحدة الأمريكية والاتحاد السوڤيتى ، كما يتحدث أيضا عن وكالات الأنباء العالمية .

والكتاب على الرغم من صغر حجمه يعطى القارئ فكرة طيبة عن الدور الذى تقوم به الصحافة فى هذا العصر ، ويدرس الصحافة من الناحيتين التاريخية والفنية دراسة علمية تتسم بالدقة فى البحث . فالمؤلف مثلا لا يتحيز لصحافة بلاده — فرنسا — بل يذكر عيوبها إلى جانب محاسنها

وكان من الطبيعى أن يهتم بدراسة صحافة بلاده بدرجة أكثر وأن يفرد لها صفحات أكثر عددا مما أفرده لصحافة البلاد الأخرى .

وبعد فإننا نرجو أن يفيد من هذا الكتاب قراء العربية عامة ، فالصحافة قد أصبحت من مقومات الحضارة الحديثة ، وغذاء روحيا لا يستغنى عنه الإنسان المتحضر .

كما نرجو بصفة خاصة أن يفيد منه المشتغلون بالصحافة والدارسون لها من أساتذة وطلاب .

والله تعالى ولى التوفيق ؟

خليل صابات

الباب الأول

صناعة الصحافة

الفصل الأول

بناء الصحيفة الحديثة

تختلف الصحف والمجلات المصورة وغيرها مما يقدم للجمهور اليوم عما كانت عليه فى العصور السابقة لعصرنا هذا ؛ فهى نتيجة لتغيرات عميقة ولكنها حديثة نسبياً . وأن مراحل تطورها لم تكن واحدة فى كل مكان . ففى البلاد الكبرى الحديثة دخلت الصحافة فى مرحلة صناعية هى طابعها فى هذا العصر .

وتعتبر الصحيفة اليومية الكبرى فى هذه الأيام ، مشروعاً ضخماً يتطلب الكثير من الأيدى العاملة ، والأدوات الصناعية الهامة ، ونظماً إدارية معقدة . ويندر أن تخضع العمليات المختلفة التى تؤدى إلى عرض الصحيفة للبيع لإدارة واحدة ؛ فهناك عادة مؤسسات مختصة تتولى نقل الصحف وتوزيعها . وكثيراً ما تقوم مطابع تجارية بطبع الصحف . وأحياناً تلتزم الإعلانات وكالة قائمة بذاتها ؛ فلا يبقى إذن سوى عملية جرهرية ؛ ألا وهى التحرير .

وفى بعض الصحف توجد إدارة واحدة للتحرير وأخرى للشئون الإدارية . وفيما يلى صورة إجمالية للبناء المثالى لصحيفة

كبرى حديثة تنقسم إلى ثلاثة أقسام رئيسية تحت إشراف مدير عام :

(ا) التحرير .
(ب) الإدارة والتوزيع .
(ح) الإعلانات .

وإذا كان للجريدة مطبعة خاصة ، فإن الأقسام الفنية فيها تخضع عادة للمدير .

التحرير :

تقوم الصحف جميعها بنشر الأخبار ، سواء فى ذلك الصحف الحزبية التى تتطلع إلى الشهرة عن طريق مقالات الرأى التى تنشرها ، أو الصحف الإخبارية .

ولابد أن تتوافر فى الخبر الجيد أربع صفات هى الإثارة والأهمية والجدة والصحة . وليست كل الأخبار تهم الجمهور بدرجة واحدة ؛ وأن جزءاً كبيراً من فن الصحفى يرتكز على إحساسه فيما يستلفت انتباه قراء معينين فى وقت معين ، وأن يحسن الاختيار من أكداس الحوادث اليومية . والأحداث التى تهم القراء ، هى أولا وقبل كل شىء تلك التى تخرج عن المألوف ويضرب الأمريكيون لذلك مثلا مضحكا إذ يقولون :

« عندما يعض الكلب إنساناً لا يعتبر الحادث خبراً ولكن ، إذا عض إنسان كلباً فهنا يكون الخبر » .

وعلى أى حال فما يهم البعض قد لا يروق فى نظر الآخرين لذلك فإن الخبر الجيد بالنسبة للصحيفة هو الخبر الذى يحظى بأقصى اهتمام أكبر عدد ممكن من القراء .

وكثير من الصحف تنشر «أخباراً صغيرة» أما ما يطلق عليه فى أقسام التحرير فى الصحف الباريسية « أخبار الكلاب المهروسة[1] » . هذه الأخبار لا تحظى باهتمام الرجل المتعلم القادر على الاهتمام بالمسائل الجدية ، ولكنها ذات اعتبار وتقدير لدى الأشخاص المنتمين إلى الأوساط المتواضعة أو الذين يقطنون الحى أو القرية مسرح الحادث . إن هذه الأخبار الصغيرة لها لدى هؤلاء بعض الأهمية ، وتبعاً لنوع قراء الصحيفة تقاس أهمية الخبر .

ويقدر الجمهور بغريزته الأخبار الطازجة التى تحملها إليه صحيفته : فإذا كانت هذه الأخبار قديمة فإنها لا تجذبه حتى لو لم يكن على علم بها من قبل . والحالية قاعدة ثابتة فى الصحيفة اليومية . والمنافسة بين الصحفيين مبعثها السرعة أكثر من أى شىء آخر .

وأخيراً لا يعتبر الخبر خبراً إذا لم يكن حقيقياً .

---

(١) Chiens écrasés

وإن مبدأ الصحة ليبدو فى ذهن بعض الصحفيين غير واضح أحياناً . وما دام الخبر بالنسبة لهم يثير الاهتمام فلا داعى للتحقق من صحته . إنهم ينشرونه ، ويتصرفون كأن الخبر صحيح ومؤكد . وهنا يجب التمييز بين الصحف التى تتعمد نشر أخبار غير صحيحة وتلك التى تنشر بلا روية أخباراً لم تتحقق صحتها . وقد ذكر لى صاحب صحيفة أمريكية ذات يوم بمناسبة التكذيبات المتكررة التى ترد له قائلا : « عندما ننشر خبراً فإن ذلك إعلام وعندما ننشر تكذيب خبر فإن ذلك إعلام أيضاً » . وهذا دون شك سوء تقدير غير مقبول للمسئوليات الملقاة على عاتق الصحافة ، فالخبر لايكون ذا أهمية وقيمة حقيقية إلا إذا كان مدعماً متحققاً من صحته .

غير أن التأكد من صحة الخبر يحتاج إلى وقت ؛ الأمر الذى يجعل بعض الوكالات والصحف قليلة الشأن والتى تحفزها المنافسة ، حريصة على نشر خبر قبل غيرها ؛ فتروج أخباراً غير مؤكدة .

هنا تظهر فى الواقع مشكلة ، وهى أنه عندما يبدو خبر ما أنه غير مؤكد تماماً ، فهل ينشر دون التمكن من تأكيد صحته ، أم يمتنع عن نشره مع المجازفة بالظهور بمظهر الصحيفة الفقيرة فى أخبارها ؟ إن الصحف الرزينة تحذر قراءها من صحة هذا الخبر بصياغته فى أسلوب ينم عن الشك أو التحفظ .

وعلى أى حال يجب على القارىء أن يتنبه لمصادر الأخبار التى كثيراً ماتشير إليها الصحف الرزينة . فالخبر كالبلاغ الحربى قيمته الجوهرية فى مصدره ؛ فى اللحظة التى تقول فيها الصحيفة : « هذا هو مصدر الخبر الذى أسوقه إليك » فإنها تكون قد قامت مخلصة بواجبها كوسيلة للإعلام ، إذا كان المصدر رصيناً ، وكان الخبر صادراً من سلطة مختصة .

غير أنه ليس من الممكن نشر مصادر الأخبار دائماً ، إذ تضطر الصحف أحياناً إلى تركيز كثير من البرقيات وترتيبها وضغطها وتلخيصها . وهذا هو العذر الذى تنتحله كثير من الصحف عندما لا تذكر الوكالات التى تأخذ عنها أخبارها . و من جهة أخرى فإن الصحفيين يفشون أحياناً بعض الأسرار بحكم مهنتهم . وقد يحصل بعض الصحفيين على سر بشرط ألا يذكروا مصدره أو قد يتوصلون إلى استخلاص خبر بكثرة الأسئلة التى يوجهونها وبكثرة مقارنة الأدلة التى حصلوا عليها من مختلف السلطات ، أو بما لديهم من حاسة خبرية كما يقول الأمريكيون . لهذا كله يصعب على الصحيفة أن تذكر مصدر الخبر دائماً ، غير أن مركز المخبر وسمعته لخير ضمان على صحة الخبر . والصحفيون الرزناء المشهود لهم بتقصى الحقيقة ، ليسوا فى حاجة فى معظم الأحيان إلى أن يذكروا مصادرهم .

قسم الأخبار :

إذا طرحنا جانباً وعن قصد كل الأخبار التى لا تثير الانتباه ليست بذات أهمية ولا جديدة ولم يتحقق من صحتها ، فإن الخبر الجيد يظهر كالتبر بين كوم من الوحل . وتقع فى العالم كل يوم أحداث لا تعد ولا تحصى . وعلى الصحيفة أى على الصحفيين أن يستخلصوا منها ما يستحق النشر وإحاطة الجمهور علماً به ، غير أن هذا التبر ليس من السهل التقاطه . ولاستخراجه من بين الأحداث التافهة لابد من مجهودات طويلة وتنظيم جيد ، الأمر الذى يجعل الصحيفة الحديثة فى حاجة إلى أقسام للأخبار معقدة وباهظة التكاليف .

ويحدث أحياناً أن تتلق الصحيفة من مخبر متطوع إفادة طريفة ولكن فى أغلب الأحيان تكون هذه الإفادة قليلة الأهمية ، قد أشار إليها أناس عاديون كانوا شهودها بطريق الصدفة ، وذلك على أمل الحصول على مكافأة .

والتقاط الخبر مصادفة حال وقوعه أمر نادر للغاية ، أما الخبر الهام فيجب فى أغلب الأحيان البحث عنه . وللحصول على النبأ الحقيق بمفهومه الحديث لابد من بذل مجهودات مضنية . فلابد من التنبؤ بالمكان الذى سوف يظهر فيه الخبر للحصول عليه فى الوقت المطلوب ، حتى لا يسبق إليه المنافسون و « يحرقونه » .

لابد إذن من التنظيم ، الشيء الذى يتطلب مالا ، فالتنبؤ والتنظيم والمال هى الشروط الجوهرية الثلاثة التى لابد منها لقسم جيد للأخبار .

ويتكون هذا القسم فى الصحيفة الكبيرة من عدد كبير من الأشخاص قد يصل إلى المائة أو المائتين .

والمفروض فى الحكومة أن تكون بفضل نشاطها أكثر المصادر توريداً للأخبار الجديدة والمفيدة والهامة والحقيقية . يجب إذن « تغطية » المصالح الحكومية ؛ لذا يتحتم على الصحيفة أن يكون لها قسم سياسى يرسل المخبرين إلى أهم الوزارات وإلى المجالس النيابية . و « تغطية » مجلس تستلزم كثيراً من الصحفيين . فيضطلع محرر بكتابة مايجرى فى الجلسات ويكلف واحد أو أكثر بما يسمى « بالأروقة » لأن كثيراً من الأخبار يأتى عن طريق الأحاديث التى يمكن الحصول عليها خارج الجلسات من ذوى النفوذ من أعضاء البرلمان . والمفروض أن تزار كل وزارة يوميا . أما أهم الوزارات ، فإنها تزار عدة مرات فى اليوم ، بينما لاتزار الوزارات الأقل أهمية إلا لماماً .

وفى فرنسا «يغطى» القسم السياسى فى الصحيفة رئاسة الجمهورية والجمعيات الوطنية والوزارات .

ولدى صحف باريس الكبرى « قسم للأخبار الباريسية » ، يتولى جمع « أخبار الحوادث » فيمر على أقسام البوليس صحفيون شبان هم فى العادة من المبتدئين ، ليجلبوا أنباء القتل والسرقة والحوادث مفصلة .

وللصحف الكبرى مخبرون لدى إدارة البوليس وإدارة بوليس « السين » ويتردد محرر أو محرران قضائيان على سراى العدل لتتبع مجرى الأخبار فى النيابة ولكتابة تقارير فى القضايا المشهورة .

وفى السنوات الأخيرة نما القسم الرياضى فى الصحف نمواً عظيما ، وأصبحت الألعاب الرياضية مادة إخبارية وموضوعاً لتقريرات صحفية تزداد اتساعاً يوماً بعد يوم ؛ وقبل الحرب كان سباق الخيل وحده يشغل ستة من الخبراء الذين كانوا يتتبعون صفحات نتائج السباق ويضعون التقارير عن اجتماعاته ويرشحون الجياد الرابحة . ويوجد إخصائيون لجميع الألعاب الرياضية تقريباً كالتنس والملاكمة وكرة القدم . . الخ ؛ وأدى التقدم الكبير الذى أحرزه الطيران إلى ظهور إخصائى الطائرة وهو « المحرر الجوى » .

وقد أصبح من الضرورى الإلتجاء إلى صحفيين متخصصين فى كل فروع النشاط الإنسانى ، وهم معروفون فى تنظيم الصحيفة تحت إسم « محررى الأبواب » ، فهناك المخبر الدينى والمخبر العسكرى والمخبر البحرى والمخبر العلمى والمخبر المالى ، هذا عدا محرر باب

البريد والناقد المسرحى . كما يوجد إخصائى ليتتبع جلسات المجامع الأدبية والعلمية . كل هؤلاء فى محيطهم الصغير تمكنوا من عقد علاقات تمكنهم فى أغلب الأحيان من معرفة ما سوف يحدث مقدماً ، ويتيح لهم فرصة وجودهم فى أحسن الأمكنة فى الوقت المطلوب لكتابة تقرير بما يحدث .

وتحتسب أجور « المراسلين » المحليين أو الإقليميين فى العادة طبقاً لعدد الأسطر التى يكتبونها أو يتقاضون أجراً ضئيلا ثابتاً . ويقتضى دورهم التنبيه إلى الأحداث التى تقع فى المنطقة والتى قد تهم الجمهور ، وهم أيضاً بمثابة نواقيس الخطر المكلفة فى اللحظه المناسبة بلفت نظر صحفهم إلى الخبر المحلى الهام إلى أن يصل المندوب الخاص . وقبل الحرب كان لبعض الصحف اليومية الكبرى فى باريس عدد من مراسلى الأقاليم يتراوح بين المائة والخمسين والمائتين . والعواصم التى كان فيها مراسلون خاصون للصحف الباريسية الكبرى قبل الحرب هى : لندن وبرلين وروما . وكان لعدد قليل من تلك الصحف مراسلون فى وشنطون . وكانت لندن معتبرة أكبر سوق للأخبار العالمية ، وأن سهولة الاتصال بها ستحفظ لها هذا التفوق بالنسبة لصحف أوربا الغربية لمدة طويلة ، إلا أن لندن تتجه الآن نحو مقاسمة واشنطون طابعها كسوق دولية كبرى للأخبار .

ولرئيس التحرير دور جوهرى ؛ ألا وهو توجيه الإعلام ورسم الخطة السياسـيـة للصحيفة . وتختلف إلى حد كبير اختصاصاته وأساليبه فى العمل من صحيفة إلى أخرى . ويساعده رئيس قسم السياسة الداخلية ورئيس قسم السياسة الخارجية ومدير الأخبار العامة ورئيس الأقسام الرياضية الخ ... وتحت إشراف هؤلاء يعمل المحررون . ونجد بين أفضل معاونيه ، سكرتيرى التحرير الذين يعدون النسخة للطبع ويراجعون النصوص ويختارون العناوين ويبينون على الأصول قبل إرسالها إلى المطبعة البنط الذى تجمع به .

وفيما مضى لم تكن العناوين سوى تصانيف . فى الصحف التى كانت تصدر منذ خمسين أو ستين عاما كانت الأخبار تدرج فى أبواب ذات عناوين مبسطة ، مثل « أخبار فى الخارج » أو « فى مجلس النواب » . أما اليوم فإن العناوين تتجه أكثر فأكثر نحو التلخيص وتشتمل على فعل[1] يعبر عن حدث . وتزيد هذه العناوين انتباه القارىء أو تقلله تبعا لصغرها أو كبرها وجمودها أو حيويتها .

ويوكل إلى سكرتيرى التحرير أيضاً بمهمة « الإخراج » . إذ أن تنظيم المقالات بعناوينها فى الصفحة يضفى على الجريدة طابعها الخاص .

---

(١) هذا موجود فى اللغة الفرنسية .

والصفحة الأولى فى جريدة ما ، هى بمثابة واجهة متجر . لذا وجب أن تقدم فيها الأخبار بأفضل الطرق الممكنة وأكثرها إراحة للنظر .

ولما كان لسكرتيرى التحرير أن يراقبوا ماينشر فى الصحيفة أو ما يبقى على « الرخام » وأن يختاروا العناوين الرئيسية والجزئية والفرعية ، فإنهم يرسمون بطريقة غير مباشرة تفسيرهم الشخصى للأحداث ، وهكذا يؤثرون فى الجمهور تأثيرا خفيا عظيما .

الإدارة :

يهتم مدير إدارة الصحيفة بالموظفين والحسابات كما هو الحال فى جميع المؤسسات .

ويتولى أيضا المسائل الفنية من زاويتها المالية . فهو الذى يباشر شراء الورق ويتفاوض فى عقود الطبع ويناقش العمال فى أجورهم . وأخيراً فإنه غالباً ما يشرف على قسم البيع والاشتراكات .

والصحيفة سلعة سريعة التلف ، فهى تفقد نضارتها وقيمتها فى مدى أسرع من الخضروات والفواكه الأكثر من غيرها قابلية للعطب . فالشىء الذى تبيعه فى ساعة معينة بثمن مجز ، لن يساوى شيئا بعد ذلك ببضع ساعات ؛ لأن الأخبار تكون قد



توضيب أو تنسيق الصفحات فى مطبعة إحدى الصحف الكبرى فى أوربا

قدم عهدها . وبمجرد أن تفقد الأخبار نضارتها ، لا تعود الصحيفة المطبوعة تساوى حتى ثمن الورق . وبالفعل فلاستعادة هذا الورق الملطخ بالحبر ، لابد من معالجته كيماويا : الشيء الذى يتكلف مالا .

ويترتب على بيع الصحيفة مشاكل أكثر تعقيداً من بيع أى صنف تجارى آخر ، ذلك لأنه لابد من مباشرته فى أقصى مدى ممكن . ويتوقف البيع على عوامل كثيرة ، أولها الأحداث . ذلك أنه عندما يقع حدث كبير ، فإنه بفضل التناسق الذى يسهل إيجاده بين التحرير وقسم البيع ، يمكن رفع النسخ المطبوعة والتوسع فى تزويد الباعة بها . وهناك بعض عوامل لا يمكن توقعها إطلاقا كالمطر مثلا . وبالنسبة لجميع صحف المساء التى يباع جانب كبير منها فى الطريق ، فإن حدوث عاصفة يعطل بيعها تعطيلا كبيرا .

وتوجد عوامل أخرى للبيع يسهل نسبيا تحديدها . فساعات البيع النافعة ليست واحدة فى كل مكان . وبالنسبة لصحيفة صباحية فإنه يباع منها فى بعض الأحيان بين السابعة والتاسعة أكثر مما سيباع منها بين التاسعة والثانية عشرة . ويبيع كشك للصحف فى محطة من محطات الضواحى صحيفة يسارية على الخصوص بين السادسة والثامنة ، فى حين أنه يبيع صحيفة معتدلة بين السابعة والتاسعة . أما يوم الأحد ، وهو يوم راحة القراء ، فإن

شكل البيع يختلف عنه فى أيام الأسبوع الأخرى .

وتنعكس تقلبات قدرة القراء الشرائية على بيع الصحف أكثر بكثير مما كنا نتصور . فى أواخر الشهر يقل شراء الجمهور للصحف . وحتى الصحف المحافظة التى تقرأها نخبة من أصحاب الثروات ، فإنها تسجل هبوطا فى بيعها ابتداء من الخامس والعشرين من كل شهر ، مالم تأت أحداث استثنائية فتصحح فى هذا الوضع الدائم .

وقد يصل هذا الهبوط إلى ١٠ ٪ من المبيعات فى الصحف التى تكتب للأوساط الشعبية .

هذه التقلبات فى البيع تؤدى إلى ما يطلق عليه « المرتجع » ، وهو فى لغة الصحافة ، النسخ التى لم تبع . وبيع الصحف لا يكون فى العادة ثابتا . فالموزعون يعيدون إلى المركز الرئيسى النسخ غير المباعة . وكلما ازداد مرتجع صحيفة ، كلما ارتفعت تكاليف الاستثمار ، وليس الأمر مجرد نقص فى الربح فحسب ؛ إذ يجب أن يراعى أيضاً حساب الورق المستهلك ومصاريف النقل التى تذهب هباء . والصحيفة ذات الإدارة الناجحة ، يجب ألا يزيد عدد نسخها المرتجعة عن ٥ إلى ١٠ ٪ من مجموع عدد النسخ المطبوعة .

ولكى تصل الصحيفة إلى أكبر عدد من القراء ، لابد لها

من أن تضع نسخها تحت تصرف المشترين الطارئين ، وذلك بالإكثار من مراكز البيع . ولكن هذا الإجراء يؤدى إلى زيادة المرتجع . ولنضرب لذلك مثلا أحد مراكز بيع الصحف ، ولنفرض أنه يوزع ثلاث نسخ فى اليوم إلى زبائن معروفين ، فلكى يزيد مبيعك ولا تصد زبونا طارئا واحدا ، لابد لك من أن ترسل إلى هـذا المركز أربع نسخ . وفى الأيام التى لا يتقدم خلالها هذا المشترى الرابع يهبط توزيعك نسخة واحدة ، مما يمثل مرتجعا قدره ٢٥ ٪ فيما يتعلق بهذا المركز . وعلى العكس ، فإن كان لديك مركز للبيع يوزع مائة نسخة أدى هبوط البيع نسخة واحدة إلى جعل نسبة المرتجع ١ ٪ .

وهكذا كلما زاد عدد مراكز البيع زاد المرتجع وبالتالى زادت فرص البيع أيضاً .

ويعتبر انتظام عرض الصحيفة للبيع أمراً جوهرياً بالنسبة لهذه السلعة سريعة التلف . فالنسخ التى لم تبع خلال ساعات البيع العادية ، لن تباع إطلاقا . لذا توجد لصنع الصحيفة وتوزيعها مواعيد صارمة لا يمكن الإخلال بها .

ولا تباع الصحيفة فقط فى المنطقة التى تطبع فيها ، لذا كان لابد لها من استخدام السكك الحديدية ذات المواعيد الثابتة أو شركات التوزيع التى تحملها على سيارات النقل ، ولكن مع صحف

أخرى ، الأمر الذى يستوجب احترام مواعيد القيام حرصاً على المصلحة المشتركة .

إن سرعة نقل الصحف لمهمة باهظة التكاليف . وتستطيع بعض المؤسسات التجارية فى ساعات الفراغ ، استخدام وسائلها وعمالها فى نقل الصحف الأسبوعية ومطبوعات أخرى . ولكن صحيفة بمفردها لا يمكنها القيام بهذه المهمة ، لأن توزيع المطبوعات بواسطة الوكالات المتخصصة أضحى القاعدة العامة .

الورق :

تدخل عملية شراء الورق عادة ضمن اختصاص مدير الإدارة . وفى البلاد التى لا يكون التموين فيها بالحصص وتكون الأسعار فيها حرة ، يتوقف رخاء الصحيفة إلى حد ما على أسعار هذه المادة الأولية الجوهرية التى يستطيع أن يحصل عليها مدير إدارتها .

وتبتلع الصحف ذات التوزيع الضخم والصفحات الكثيرة ، مبالغ كبيرة فى شراء ورقها ، وإن فرقاً فى السعر يساوى بضعة قروش أو حتى بضعة مليمات فى الكيلو الواحد يمثل فى آخر السنة ربحاً هائلا أو خسارة فادحة .

ويصنع الورق اليوم من الخشب .

وتستهلك الدول الكبرى الحديثة القناطير المقنطرة من الورق .

وهى كميات لا يقدر على إنتاجها سوى البلاد التى يكثر فيها الخشب والماء مما يسمح بصناعة عجينة الورق بكميات كبيرة .

وهذا ما يفسر السبب الذى من أجله تحتل الولايات المتحدة الأمريكية مكانا هاما كمستهلكة وكمنتجة ، إذ أنها تستهلك وحدها ثلث الإنتاج العالمى لورق الصحف .

الآلات :

لانزاع فى أن قوائم حسابات المطبعة هى أكثر القوائم أهمية مما يصل إلى مكتب مدير إدارة الصحيفة . فإذا كان للصحيفة مطبعتها الخاصة ، فإن أجور عمال اللينوتيب[1] وعمال الزنكوغراف والروتاتيف وغيرهم من العمال ، تصل إلى أرقام تفوق فى أغلب الأحيان مرتبات التحرير خلال المدة نفسها .

وحسب التطور الطبيعى ، تطمع أية صحيفة ناجحة فى أن يكون لها فى أسرع وقت مطبعة خاصة رغبة فى الاستقلال ولإضافة أرباح الطابع إلى أرباحها .

والمفروض أن تحتاج الصحيفة الحديثة إلى معدات متقنة بالغة التكاليف ، تبدأ بآلتى اللينوتيب والمونوتيب[2] اللازمتين

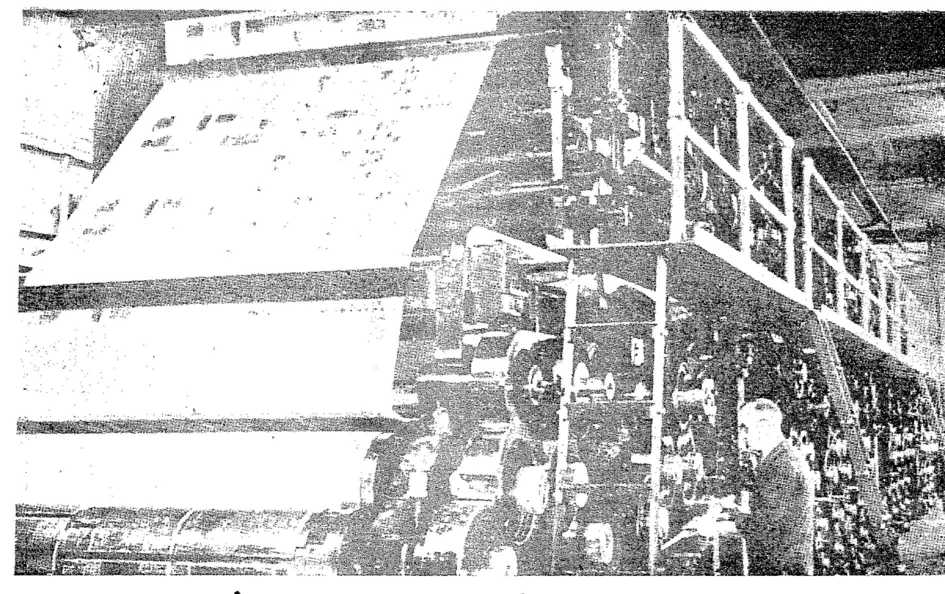
---

(١) آلة لصف الحروف سطرا سطرا . (المترجم)

(٢) « « « حرفا حرفا . (المترجم)

اصف حروفها ، إلى آلات الروتاتيف التى تستخدم فى طبعها ، يضاف إلى ذلك معدات صنع الكليشيهات لطبع الصور . إنه فى إمكان صحيفة إقليمية أسبوعية صغيرة أن تكتفى بمعدات قليلة الأهمية ، قديمة وبطيئة . ولكن الصحف اليومية الكبرى ، بسبب المنافسة القائمة بينها ، لا تستغنى عن الآلات الحديثة والسريعة ، ذات الإنتاج الضخم .

ولنفرض أن الصحيفة اليومية (ا) تطبع ٣٠٠ ألف نسخة على آلات قديمة سرعتها ٥٠ ألف نسخة فى الساعة ، فإن طبعها يستغرق ست ساعات ، مما يضطرها إلى الإنتهاء من قوالب طبعتها الأولى فى الساعة الحادية عشرة مساء ، أى أن كل خبر يصل إلى التحرير بعد الساعة العاشرة والدقيقة ٤٥ مساء ، لا يمكن بطبيعة الحال أن يظهر فى الطبعة التى تغذى المناطق الهامة . أما منافستها الصحيفة (ب) التى تطبع أيضاً ٣٠٠ ألف نسخة ، ولكن على مطابع حديثة مزودة بعدة مخارج ، بحيث تطبع ٨٠ ألف نسخة فى الساعة ، فإن أربع ساعات تكفيها . وهكذا لا تضطر إلى الانتهاء من إعداد فورمها قبل الساعة الواحدة صباحا . وغالبا ما يجد القراء فى الصحيفة الثانية أخباراً وصلت بين الساعة الحادية عشرة مساء والساعه الأولى صباحا ، وهى أخبار لم تستطع أن تنشرها الصحيفة الأولى ؛ فتشتهر الصحيفة (ب) بأنها أفضل إخباراً من



آلة طباعة « روتاتيف » ضخمة تطبع ١٢٠ ألف نسخة فى الساعة من صحيفة تتألف من ١٦ صحيفة

الصحيفة (١) . وإن أرادت (١) أن تثبت أمام منافستها ، تحتم عليها أن تجلب معدات حديثة .

ومما هو جدير بالملاحظة أنه فى المؤسسات الصحفية لا تستخدم المعدات المخصصة لصحيفة واحدة استخداما منطقيا ، لأنها تظل بدون عمل جانبا كبيراً من اليوم الذى يتكون من أربع وعشرين ساعة ، ولنفرض أن عاملى لينوتيب يعملان ثمانى ساعات ، فإنهما يكفيان نظرياً لجمع مادة صحيفة يومية من صحف الأقاليم . ولكن إذا علمنا أن أخبار آخر ساعة ومقالات التعليق المتأخرة ، وكل الأصول المستعجلة الجوهرية لفائدة الصحيفة ، هى بمثابة نصف الأعمدة المخصصة للتحرير ، وأن هذا النصف يجب أن يجمع فى ساعتين وإلا حادت الصحيفة عن مبدأ الحالية ، فإنه لابد لها إذن من أربعة عمال ليونتيب يعملان خلال هاتين الساعتين المزدحمتين. وهكذا تظل آلتان على الأقل من الأربع آلات اللينوتيب بدون عمل بقية الوقت .

يتبين لنا مما سبق السبب الذى من أجله يرصد هذا العدد الكبير من الصحف الحديثة المبالغ الضخمة لشراء معدات هامة ومرتفعة التكاليف . حقيقة إن للصحيفة أن ترفض تجميد مبالغ كبيرة فى شراء آلات ، ولكنها لو طبعت فى الخارج فإن فواتير

المطبعة سوف تكون باهظة وأن تكاليف جمعها وطبعها تكون أغلى فى نهاية الأمر .

وأن الصحف الإنجلوسكسونية ولا سيما الصحف الأمريكية التى تصدر يوميا فى عدد كبير من الصفحات تحتاج إلى معدات أضخم نسبياً من معدات صحف أوربا التى تصدر فى ست أو ثمانى صفحات . ويملك عدد كبير منها مطابعه الخاصة . ولقد رصدت الصحافة الأمريكية بوجه خاص رؤوس أموال ضخمة لشراء معداتها .

وسواء أكانت المصارف قد أقرضت هذه الأموال أو كان المساهمون قد قدموها ، فإنهم جميعا ينتظرون الجزاء ، وفى حدود مبلغ معين لا يوجد هاو يخاطر بماله إلى مالا نهاية . وتبعا لنموها الفنى وجدت الصحافة نفسها أمام مشاكل مالية كانت تجهلها فى أول أمرها

وإن رصد المبالغ الضخمة لشراء معدات أتقن فأتقن ليس العنصر الرئيسى للمشاغل المالية التى تنتاب مدير إدارة الصحيفة الحديثة ، ذلك أن مصروفات التحرير أصبحت خيالية وتكاليف الحصول على الأخبار باهظة ، ويتطلب انتقال المراسلين بالطائرة من جهة إلى أخرى من العالم تبعا للأحداث الجارية ، وإرسال برقياتهم والاشتراك فى وكالات الأنباء الدولية إنفاق أموال طائلة .

ولكى يوازن مدير الإدارة فى الصحيفة هذه المصروفات الهائلة بإيرادات مقابلة نجده يميل أكثر فأكثر إلى استخدام طرق سبق تجربتها فى عمليات مالية كبرى . وبقدر ما تزداد الصحافة تصنيعا بقدر ما يمتلئ رأسها بالمشاغل التجارية . وهذا التطور الجديد يفسر لنا السبب الذى من أجله يبدو مديروها فى أغلب الأحيان وقد نسوا دورها الأساسى فى نقل الرأى ، ووظيفتها الإخبارية ورسالتها التعليمية الثقافية ومسئولياتهم الخاصة المقابلة لامتيازاتهم الضخمة . وغالباً ما يقدمون الاعتبارات المادية والمالية ، لأن تكوين الصحافة الحديثة يتطلب حتما حلولا صناعية لمشاكل صناعية . فسعر التكلفة وثمن البيع والربح ، إن هى إلا قواعد أساسية صارمة بالنسبة للصحافة وغيرها من المشروعات التجارية . وأصالة الصحافة فى أنها أتت بحل جديد خاص بها لمشكلة التوازن الأبدية بين الإيرادات والمصروفات .

الفصل الثانى

دور الإعلان

إن أى مشروع صناعى أو تجارى عادى يجعل أسعار بيع سلعته أعلى من أسعار التكلفة . وهى الطريقة الوحيدة التى يلجأ إليها للكسب . أما المؤسسات الصحفية فإنها على العكس من ذلك ، لأنها تبيع بالخسارة بمحض إرادتها أو بالأحرى لا تعتمد على مبيعاتها من التوزيع لتحقيق أرباحها .

فالصحيفة الحديثة تباع عادة للجمهور بأقل من تكاليفها ، ولكنها تغطى خسارتها فى البيع عن طريق أرباحها من الإعلانات . وقد أعلن إميل دى جيراردان[1] ، منذ أكثر من قرن ، مبدأ انقلابياً لصحافة تغطى خسارتها وتضمن أرباحها بفضل الإعلان . وكانت الصحف الإنجليزية قد دأبت قبله على نشر بعض الإعلانات نظير أجر ، ولم يكن فى الإمكان التغاضى عن هذا المورد من موارد الدخل ، غير أن جيراردان كان أول من خفض ثمن الاشتراك لتزداد مبيعات الصحيفة على أن يقوم الإعلان بتعويض الفرق .

---

(١) Emile De Girardin

ولم تؤمن بعض الصحف الفرنسية بنظريته فى أول الأمر ثم هتفت بالفضيحة . غير أن جيراردان كان على حق ، فقد بلغ عدد المشتركين فى صحيفته (لابريس[1]) بعد ستة أشهر ، عشرة آلاف فى حين أن الصحف القديمة الراسخة كل الرسوخ ، لم يزد مشتركوها عن نصف هذا العدد . وقد باح جيراردان بسره الى (دوتاك[2]) الذى نافسه بإصداره فى اليوم نفسه صحيفـــة أخرى دعاها (لوسيكل[3]) وسار بها على نفس النسق الذى أدى نجاحه إلى تثبيت النظرية الجديدة .

وإن تقدم هاتين الصحيفتين المنشقتين قد ساهم كثيراً فى توجيه الصحافة نحو استغلال الإعلان استغلالا منظماً ومنطقياً . وإننا لا نغالى إذا زعمنا أن أغلب الدوريات المعاصرة تضع نجاح قسم الإعلان فى مقدمة مشاغلها ، إلا أنه توجد قلة لا تعتبر المحافظة على مستوى إيراداتها الإعلانية مسألة حياة أو موت . هذا وإن المساحة المخصصة للإعلان فى مجموع الصحف ، تزداد يوماً عن يوم . وتغطى الصحف الأمريكية فى المتوسط نصف صفحاتها بالإعلان . وتخصص له الصحف البالغة النجاح ٧٥ ٪ من أعمدتها .

---

(١) La Presse

(٣) Le Siècle

(٢) Dutac

نتاج ثانوى هام :

ترتكز حياة الصحافة فى العالم كله الآن على بيع مساحات إعلانية فى صلب الصحف والمجلات بأسعار مجزية . والأفضل أن نطلق عليه إيجارا ؛ ذلك أن المعلن يملأ بالنصوص أو بالصور ، حسب رغبته ، المساحة البيضاء المعطاة له لنشر إعلانه مرة أو عدة مرات .

ويجدر بنا أن نلاحظ أن قيمة الإعلان لا تتوقف على سعة المكان المخصص له ، ولا يرتبط الإنتاج أيضاً بالرسالة الإعلانية ، نصا أو رسما ، التى يحتويها الإعلان . ولا شك فى أن لهذه الرسالة أهميتها . ولكن إذا حللنا الإعلان جيدا ، ذلك الجهاز العجيب من الدعاية ، لاحظنا أن حصيلته وبالتالى قيمة البيع يتوقفان جوهريا على درجة رؤيته وعلى مقدرة القراء الشرائية .

إن المساحة المشغولة ليست سوى عنصر من عناصر درجة رؤية الإعلان . ولا يقل عنصر الموضع أهمية عن سابقه . وتختلف تسعيرة السطر باختلاف الصفحات ؛ ذلك أن بعضها يقرأ أكثر من بعضها الآخر . وللمكان القريب من مادة القراء الأفضلية عن غيره ، لأنه أكثر عرضة لنظر القراء .

وأخيرا فإن الزعم بأن الصحيفة تبيع للمعلنين انتباه قرائها هو الصواب بعينه . وإذا درسنا الإنتاج الإعلانى فى جهة ما لصحيفتين لهما زبائن مستواهما الاجتماعى واحد ، لاحظنا قلة إنتاج الصحيفة

التى ينظر إليها سريعا بعين شاردة ، والتى يلقى بها بعد قراءة الخبر المثير الذى دعا إلى شرائها . ويختلف الأمر تماما بالنسبة للصحيفة التى اعتاد قراؤها على قراءتها من أولها إلى آخرها ، لأنهم يجدون فيها بانتظام أخبارا أو مقالات تثير اهتمامهم واهتمام أسرهم والأشخاص الذين ينتمون إلى نفس بيئتهم .. الخ .. ولكن بالنسبة للمعلنين لا يكون لانتباه القراء ثمن إلا إذا كان من المحتمل أن يشتروا سلعتهم . لأنه ماذا يهم صانع السيارات أو تاجر المجوهرات إذا رأى إعلانهما آلاف « الضعفاء اقتصاديا » ؟ إن مقدرة القراء الشرائية إذن هى عامل حاسم . وفى البلاد الأوربية ظلت الصحف التى تقرأها الطبقة البورجوازية معتبرة لمدة طويلة ذات إنتاج إعلانى أفضل . غير أن ثروات هذه الطبقة تلاشت ولا يعول اليوم إلا على قدرة الجماهير الشرائية .

وأخذت صحيفة الديلى نيوز فى الولايات المتحدة على عاتقها مهمة تعليم المعلنين قيمة الزبائن من الطبقات الشعبية . فقامت معتمدة على الإحصاءات والاستقصاءات والرسوم البيانية بحملة واسعة النطاق اتخذت هذه العبارة شعارا لها : «قلها لجاك الساذج» كانت هذه الحملة تعبر فى لغة واضحة عن ذلك الشعور الغامض الذى يحس به المعلنون فى جميع البلاد : إنه فيما عدا بعض الأصناف النادرة ، فإن أفيد الصحف هى التى تتصل بالجماهير على أوسع مدى .

عدد النسخ المطبوعة والإنتاج :

إنه ليس لمجرد التظاهر أو حبا فى ضرب الرقم القياسى أن تتفاخر كثير من الجرائد بأنها تطبع أكبر كمية من النسخ بين الصحف الصباحية أو المسائية فى المدينة أو فى الإقليم أو فى الدولة ... ذلك أن التفوق فى هذا المجال مجزء ومن هنا تجىء تلك المنافسات التى يدعو عنفها إلى الغرابة فى أول الأمر . وقلما تتنافس الصحف فى ميدان الكيف، وأين هى الصحيفة التى تتشدق بأنها تتوخى الحقيقة أكثر من غيرها ، وأنها خير الصحف تحريرا ؟ إن بعضها يتباهى بأنه أكمل وبأنه أجود أخبارا . غير أن جميعها تود أن تحصل على أكبر عدد من القراء . وإن ادعاءها فى هذا المجال يصل بها أحيانا إلى أقصى حدود الخيال . إن الشهادة الرسمية للتوزيع تبين عدد النسخ المباعة . ولكن أنى لنا إثبات عدد قراء كل نسخة ؟ إن الصحيفة التى تخشى أن تتهم بالكذب إن هى ادعت أنها أكثر الصحف نسخا ، تؤكد أنها فى منطقتها تفوق غيرها من حيث عدد من يقرأها . ولا يقصد بها أيضا التأثير على المعلنين ذوى الخبرة الناقصة .

ويفضل موزعو ميزانيات الإعلان الصحف ذات التوزيع الضخم لأسباب قاطعة ؛ ذلك أن الوصول إلى مليون شخص عن طريق صحيفة واحدة لأسهل وأرخص من الوصول إليهم عن طريق عشر صحف يبلغ مجموع نسخها هذا الرقم فى الحالة الثانية ،

يجب مناقشة عشرة أشخاص فى تواريخ نشر الإعلان ومكانه وسعره الأدنى وتخفيض السعر والخصم ... الخ وعمل عشرة كليشيهات ومطابقة عشر تجارب . بينما يختصر كل هذا المجهود فى عملية واحدة إذا نشر الإعلان فى صحيفة كبرى ولما كانت العمولة واحدة فإن الوكالة الإعلانية والمعلن لا يترددان فى العمل .

والتسابق على القراء ليس سوى مظهر من مظاهر التنازع بين الصحف . ويبدو هذا التنازع واضحاً فى اقتناصها للمعلنين . فطورا تعلنها حرباشعواء ، وطورا تتفق فيما بينها للقضاء على عدو مشترك .

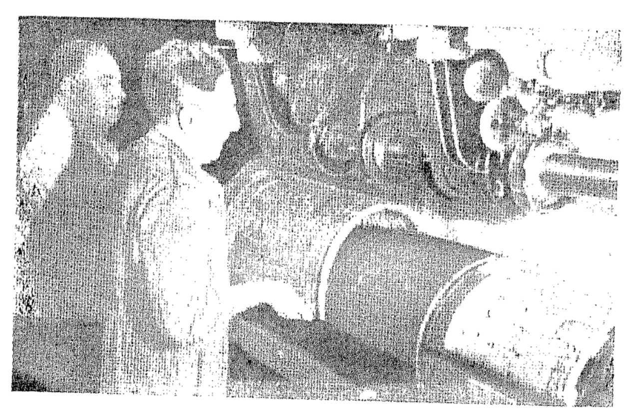
وقد مرت فرنسا فى هذا الصدد بموقف يدعو إلى الغرابة . ذلك أن خمسا من كبريات صحفها الإخبارية كانت متفوقة بوضوح من حيث توزيعها على جميع الصحف اليومية الأخرى التى تصدر فى باريس ؛ ألا وهى « لوپتى باريسيان[1] » ، « لوچورنال » ، « لوماتان » ، « لوبتى جورنال » و« ليكو دى بارى » فقامت بينها حرب خفية . وفى سبيل حصولها على عقود الإعلان كانت تقبل سرا منح تخفيضات فى أسعار الإعلان الرسمية . وخلال الحرب العالمية الأولى نجح المسيو ليون رينيه[2] مدير إدارة وكالة هاڤاس ،

---

(١) Le Petit Parisien, Le Matin, Le Journal, Le Petit Journal, L'Echo de Paris.

(٢) Léon Rénier.

فى وضع حد لهذه المنافسة المشئومة بأن أسس «اتحادا» للصحف . وقبلت الجرائد الخمس الكبرى أن تمثلها الوكالة (التى كانت تزودها حتى ذلك الحين بجانب هام من إعلاناتها) أمام العملاء كجماعة . واقترحت عقدا للإعلان يتعامل به هؤلاء الزبائن مع الاتحاد بسعر يتفق عليه فى مقابل نشر إعلان فى الصحف الكبرى الخمس فى وقت واحد . وكان النصيب الذى يعود على الخمس « الكبار » يتناسب مع عدد النسخ التى تطبعها كل منها . وكان الاتحاد يخصم على كل عقد خاص نسبة مئوية معينة تذهب إلى صندوق مشترك . وخوفا من أن يؤخذ عليها أنها تريد قتل الصحافة السياسية بتشجيع احتكار الإعلان لصالح الصحف الكبرى ، فقد عملت وكالة هافاس على جعل العملاء الذين يعلنون فى الصحف الخمس الكبرى يضيفون صحيفة سادسة بشروط مغرية . وقبلت الصحف الخمس الكبرى حوالى عشر صحف من صحف الرأى لتكون واحدة منها هذه الصحيفة السادسة فى العقد الذى يبرمه الاتحاد مع العملاء . وكان سعر نشر الإعلان فى هذه الصحيفة السادسة منخفضا ليغرى المعلنين . وإذا دعت الضرورة كان الاتحاد يذهب إلى حد تقديمه شبه مجانى أو « على البيعة » للذين يوقعون عقدا كبيرا . وكانت الصحيفة السادسة تقبض السعر العادى على أن يكمل الثمن الذى دفعه المعلن من صندوق الاتحاد المشترك .



تركيب قالب الصفحة على أسطوانة آلة الروتاتيف

والفائدة الأولى التى تعود على الخمسة الكبار من هذا الاتفاق أنها تحميها من احتمال دخول منافس آخر ، لأن الاتحاد قد سد أمامه الطريق مقدما . تلك هى الخطة الخفية التى أدت إلى التشهير بوكالة هافاس واتحاد الصحف الخمس الكبرى واتهامها بأنها إقطاع كبير فى الصحافة الفرنسية لا سيما خلال النزاع الذى أثارته صحيفة « لامى دو بوبل »[١] .

وفى الأوساط البورجوازية كما فى الأوساط العاملة تتحكم المرأة فى مصروف المنزل ، فهى التى تستهلك جزءا هاما من ميزانية الأسرة سواء فى المواد الغذائية أو الملابس أو الأدوات المنزلية أو وسائل الترفيه . وكثير من المعلنين يعملون على الاتصال بزبائنهم من النساء ، وهم يقولون إن الرجل يكسب النقود ولكن المرأة هى التى تصرفها . لذلك فإن الصحف الحديثة تبذل مجهودات كبيرة لكى تجتذب لنفسها عملاء من النساء . وأول مظهر من مظاهر رغبتها فى إرضاء المرأة هو نشرها للصفحة المخصصة للأزياء والطهى والعناية بالأطفال ، إلا أن هذا المجهود الساذج لا يكلل دائما بالنجاح ؛ ذلك لأن النساء يجدن فى مجلاتهن العدد الكافى من وصفات الطهى ونماذج لحبك الصوف أفضل بكثير من التى

(١) L'ami du Peuple.

تقدمها الصحف اليومية . غير أن مديرى إدارات الصحف الذين يدرسون نفسية المرأة بعض الشيء غالبا مايجزون على مجهوداتهم . والذين يذكرون جميع محرريهم بأن عليهم أن يكتبوا للنساء كما يكتبون للرجال وبأنه يجب أن توضع أذواق النساء ومستواهن العقلى موضع الاعتبار مثلهن فى ذلك مثل الرجال . وسواء أكان الأمر متعلقا بالحوادث أو بالسينما أو بأخبار المجتمع أو بالسياسة هؤلاء لن يلبثوا أن يروا نساء وبنات قرائهم العاديين قد أقبلن عليهم . ولهؤلاء القارئات يحمل الرجال نسختهم إلى المنزل إن لم يكن قد اشترينها بأنفسهن . وتقرأ النساء الإعلانات بفضول أكثر وباهتمام أكبر بما هما عند الرجال .

وتميل النساء فى الولايات المتحدة بوجه خاص إلى إعلانات المحال التجارية الكبرى . وقد حدث فى مدينة من مدن « الغرب الأوسط »[1] أن بذل مدير إحدى الصحف مجهودا جبارا لانتشال صحيفة نسائية من وهدة الكساد ، فتمكن من اكتساب بعض القراء . أما الإعلانات فقد ظلت ممتنعة عنه ، ذلك لأن كبار المعلنين فى المدينة اتفقوا فيما بينهم وقرروا منعا لتشتيت الجهود أن لا يشجعوا هذه الصحيفة لكى لا تكون حلقة اتصال بينهم

(1) Middle West.

وبين زبائنهم وكانوا يقولون إنه من الأفضل أن يتركوها تختفى لينتقل قراؤها إلى صحيفة المساء الأخرى التى تكتفى فى نظرهم كوسيلة للإعلان . وكان المعلنون يكررون هذه العبارة : « ليس لديكم عملاء من النساء » لكل ساع يأتى إليهم ليطلب عونهم بإلحاح . والواقع أن النساء كن يفضلن الصحيفة المنافسة لأنهن كن يجدن فيها إعلانات المحال التجارية الكبرى التى كانت ترشدهن إلى مشترواتهن . (وإن لدى أغلب المحال التجارية الكبرى فى أمريكا أقساما مخصصة لبيع المنتجات الغذائية بأسعار مغرية) . ولما أصرت المحلات التجارية الكبرى فى المدينة على عدم نشر إعلاناتها فى هذه الصحيفة ، اضطرت آخر الأمر إلى التوقف عن الصدور .

الإعلان المحلى والإعلان العام :

ليس اختيار وسائل الإعلان المناسبة واحدا بالنسبة للمعلنين جميعا ؛ إذ لابد من التمييز بين الإعلان العام والإعلان المحلى أو الإقليمى[١] .

فالإعلانات العامة هى التى تختص بالسلع التى تباع فى كافة أنحاء الوطن ، وهى موحدة الشكل ويمكن العثور عليها فى كل مكان وبنفس السعر : كالسيارة ونوع من الشكولاتة وشفرات الحلاقة .

---

(١) General advertising — Local advertising

أما الإعلانات المحلية أو الإقليمية فهى التى تختص بالشيء الذى لا يمكن الحصول عليه إلا فى مكان معين ومحدد تحديدا جغرافيا كالإعلان عن مطعم أو مسرح أو محل تجارى .

وليست الصحف جميعا مما يناسب هذين النوعين من الإعلانات . فالمعلنون عن المنتجات القومية التى تباع بكميات وفيرة ، يبحثون عن الصحف ذات التوزيع الضخم . أما المعلنون المحليون فإنهم لا يهتمون بالأعداد الكبيرة من القراء الذين يقيمون فى أماكن أبعد من أن تسمح لهم بأن يصبحوا مشترين عرضيين . لذلك فإن هؤلاء المعلنين يزكون الصحف المحلية أو الإقليمية ، لأن أغلب قرائها يصبحون زبائن لهم . وفى الولايات المتحدة يفضل المعلنون عن السلع العامة المجلات القومية الكبرى . حقيقة أن الصحف اليومية تنشر أيضا قدرا كافيا من هذه الإعلانات العامة ، غير أن الجانب الأكبر من دخلها الإعلانى مصدره الإعلانات المحلية أو الإقليمية . وفى بريطانيا يخصص الجزء الأكبر من الإعلانات للسلع التى تباع فى جميع أنحاء الدولة . ويعطى معلنو هذه السلع إعلاناتهم لصحف لندن التى توزع فى البلاد كلها بفضل ضخامة عدد نسخها المطبوعة ، إذ يتراوح ما تخرجه بين مليون وثلاثة ملايين نسخة . أما معلنو الصحف المحلية فإنهم يفضلون صحف الأقاليم أو صحف لندن

المسائية . وتعيش كبريات الصحف الإنجليزية الصباحية كالديلي ميل[١] والديلي اكسبريس وغيرهما ، على الإعلانات التى يقدمها معلنو السلع العامة . وإن هذه الإعلانات العامة التى بدونها لا تستطيع هذه الصحف أن تستمر فى الصدور ، تسمح لها بأن تلعب دور الصحف القومية على الرغم من كثرة عددها .

وعلى عكس ما نلاحظه فى انجلترا ، نجد فى الولايات المتحدة أن الصحف اليومية الهامة هى صحف إقليمية . وفيما خلا صحيفتين أو ثلاث صحف هى : النيويورك تايمز[٢] والنيويورك هرالدتريبيون والكريستيان سايِنس مونيتور التى لها عدد قليل من القراء موزعين فى أنحاء الأراضى الأمريكية فإن للصحف الأخرى دائرة بيع لا يتجاوز نصف قطرها المائة كيلو مترا .

ولا يكفى اتساع رقعة القارة الأمريكية لتفسير هذا التقسيم . إذ يمكننا فى هذا الصدد أن نقارن المسافة بين نيويورك وفيلاذيفيا بتلك التى تفصل ليفربول عن لندن . ولكن المعلنين المحليين يأبون أن يدفعوا عن هذا الجزء من نسخ صحف نيويورك التى قد تباع خارج المنطقة النيويوركية . ولنفرض أن صحيفة نيويورك تطبع

---

(١) Daily Mail, Daily Express

(٢) New york times, New york herald tribune, Christian science monitor.

أربعمائة ألف نسخة وفى استطاعتها ، بعد القيام بحملة إعلانية مناسبة ، أن توزع ستين ألف نسخة فى فيلادلفيا وأربعين ألف نسخة فى بالتيمور ، فإن معلنيها سوف يقولون لهنا ما خلاصته : « نحن على استعداد لأن نجدد عقودنا عن ثلاثمائة ألف نسخة ذات فائدة ، ولكننا لا نهتم بالمائة ألف نسخة التى تباع فى فيلادلفيا وباليتمور ، ذلك لأن حظ قراء هاتين المدينتين ضئيل فى أن يصبحوا مشترين من نيويورك » . فلا مصلحة إذن لمديرى الصحف فى أن يجعلوا مبيعاتهم تتجاوز منطقة تجارة التجزئة الخاصة بالمعلنين النيويوركيين ، إذ أن النسخ المباعة خارج منطقة نيويورك لا تأتى فى نهاية الأمر بأية فائدة .

ويمكننا أن نجد فى نيويورك أيضا دليلا آخر يدعم هذه الحقيقة . فى ضاحية بروكلين توجد صحيفة يومية ناجحة اسمها بروكلين ديلى إيجل[1] . وسبب عدم تمكن صحف نيويورك الكبرى من القضاء عليها هو أنها تعيش بفضل المعلنين المحليين فى هذه الضاحية التى حافظت على كيانها . فقد تضيع إعلاناتهم لو نشرت فى الصحف النيويوركية . ولكنها فى هذه الصحيفة تجتذب انتباه سكان بروكلين العديدين الذين يحبون قراءة الأخبار

(١) Brooklyn Daily Eagle

المحلية وهم ذاهبون فى المدينة . وهم على أى حال ينفقون معظم نقودهم فى بروكلين محل إقامتهم .

وخلاصة القول ، بينما نجد أن المعلنين العامين فى انجلترا لا يزالون يسيطرون على الصحافة اللندنية اليومية فإن المعلنين المحليين يسيطرون على الصحافة اليومية فى الولايات المتحدة . ذلك أن الإعلان فى هذا البلد الجديد نسبيا قد بلغ من التقدم والضرورة والتأثر حدا جعل جميع أصحاب الحوانيت ، إن صح هذا التعبير ، يقبلون عليه . وهذا ما يفسر لنا انتشار الإعلانات المحلية هناك . أما فى المملكة المتحدة ذات التقاليد العريقة ، فإن المنشآت الصناعية الكبرى ذات الإنتاج الضخم تزود الصحافة بكمية هائلة من الإعلانات ، بالنسبة إلى الكمية التى تنشرها المؤسسات المحلية ؛ مما يجعل الدوريات أقل تقدما مما هى عليه فى الولايات المتحدة . وللمعلنين العامين فى صحافة لندن نفوذ يفوق نفوذ المعلنين المحليين .

ويقل الاختلاف وضوحا بين الإعلانات العامة والإعلانات المحلية فى فرنسا وفى معظم البلاد الأخرى . ولكن بتقدم الأعمال وتجددها يتضح أن المعلنين لا يدفعون إلا عن عدد النسخ الذى يحقق لهم الفائدة . وعن طريق الطبعات المختلفة تحاول الصحف إرضاء الفريقين . غير أن الميل إلى التمييز بين الصحف ذات

الإعلانات العامة والصحف ذات الإعلانات المحلية أو الإقليمية أخذ يبرز فى كل مكان .

وسيطرة الإعلان على الصحافة يحتاج إلى إيضاح . فالمعلنون ينجحون فى التأثير على سياسة بيع وانتشار بعض الصحف فى البلاد التى يكون الإعلان فيها متقدما ومنظما ومدروساً دراسة وافية ومسعرا . ولكن سدهم لعجز قد يصل أحيانا إلى حد الضخامة ، لا يعنى أن لهم نفوذا على سياسة هذه الجرائد . وإن فى مقدمة معلنى الشيكاجو تريبون[1] ، الصحيفة الأمريكية الكبيرة ، محلات مارشال فيلد[2] الكبرى التى تحتل إعلاناتها صفحات كاملة من الصحيفة المذكورة . وقد قال لى صاحبها الكولونيل ماك كورميك[3] « لن أسمح للسيد مارشال فيلد أو لواحد من مؤسسته ، بأن يحاول التأثير على سياسة صحيفتى . وإن شجر خلاف بيننا على هذا الموضوع ، فلن يضيرنى أن أفقده كعميل : ذلك أنه لا يساوى عندى أكثر من ٢٪ من

---

(١) Chicago tribune.

(٢) Marshall field.

(٣) Mac cormick.

مجموع إيراداتى . ولسوف أنتهزها فرصة لأشهر بمثل هذه العادات . وإن هذا البرهان الساطع على استقلال الشيكاجو تريبون السياسى لأهم بكثير من فقدان معلن مهما تكن ضخامته » .

وفى البلاد التى لا يزال الإعلان فيها قليل التطور ، حيث يوزع الإعلان ارتجالا لعدم وجود بيانات أكيدة عن حصيلته يجد المعلنون أنفسهم مدفوعين أحيانا إلى التأثير بطريق خفى على الخطة السياسية للصحف .

ويدعى البعض أن الصحافة التى تعتمد على الإعلان ، أى التى تعيش على إعانات المؤسسات المالية الكبرى ، مضطرة لكى تعيش ، أن تنفذ تعليمات الرأسمالية . غير أن هذا الرأى المجمل لا يؤيده الواقع . وآية ذلك أن صحفا اشتراكية وشيوعية فى جمهورية ويمار[1] بين الحربين وفى فرنسا نشرت فى أعمدتها إعلانات مختلفة المصادر ، ومع ذلك فإنها لم تتحول عن سياستها المعادية للرأسمالية . وحتى

---

(١) Meimar

فى صحف الاتحاد السوفيتى ، يمكننا أن نرى الآن إعلانات ضخمة للمؤسسة المحتكرة للتأمين وإعلانات عن الكماليات كالمكانس والثلاجات الكهربائية والساعات .

ليس صحيحا إذن أن الإعلانات عقبة فى سبيل استقلال الصحافة ، ذلك أنها تلعب دورا وظيفيا لا غنى عنه فى أيامنا هذه ، بل إن تطورها قد يكفل رخاءها واستقلالها ووقارها .

الباب الثانى

كبريات الصحف العالمية

الفصل الأول

وكالات الأنبـــاء

تتكلف أقسام الأخبار فى الصحيفة الكبيرة الحديثة الشىء الكثير من المال ، ذلك أنها تتطلب عدداً كبيراً من الأشخاص المتخصصين الذين يتقاضون مرتبات . ولابد لهؤلاء الصحفيين أن يتنقلوا باستمرار وأن تكون لهم اتصالات عديدة ، ومن المعتاد أن تحوى كشوف مصروفاتهم أرقاما مرتفعة ، ويندر أن ترفق بما يؤيدها ، إذ لابد لهم أن ينقلوا أخبارهم بأسرع الوسائل ، وهذا يعنى بأكثر الوسائل تكاليفا ؛ فمصروفات البرق والتليفون فى صحيفة باريسية كبرى تصل وحدها إلى عدة ملايين من الفرنكات فى السنة .

وإذا أرادت صحيفة ما أن تستخدم وسائلها الخاصة فقط فى الحصول على الأخبار ، فسوف تنوء ميزانيتها بهذا العبء ، حتى ولو كانت فى أعلى درجات النجاح . لذلك نجد أن كل الصحف مضطرة إلى الاستعانة بوكالة أو بعدة وكالات الأنباء . وبذلك يصبح فى الإمكان توزيع تكاليف الأخبار بين عدد كبير من

المستفيدين ، وتعتبر وكالة الأنباء فى كل بلاد العالم عنصرا جوهريا فى الصحافة المعاصرة ؛ كما أنها ضرورية للصحف الصغيرة وخاصة لصحف الأقاليم .

ويوجد فى أنحاء العالم أنواع متعددة من وكالات الأنباء ، يختلف طابعها باختلاف البلاد والعملاء . وعلى أى حال ، فإنه يمكن تقسيمها إلى فئتين كبيرتين . وكالات قومية ووكالات عالمية .

وتضم الوكالات الأهلية المؤسسات التى يقتصر مجال نشاطها فى الغالب على دولة واحدة .

أما الوكالات العالمية فهى تلك التى يكون نشاطها كبيرا فى خارج البلاد التى أنشئت فيها ؛ فهنا تعين مراسلين لجمع الأخبار فقط ، وتقوم هناك بتوزيع هذه الأخبار ، وتنشر أخبارها أيضاً بواسطة الوكالات القومية أو العالمية بعد عقد اتفاقات محلية معها .

إلا أن هذا التمييز السهل لا عدل فيه . وآية ذلك أن لعدد من الوكالات مراسلين فى الخارج كما أن بينها وبين الوكالات الأجنبية اتفاقات . غير أن هذه الظاهرة من نشاطها هى أقل الظواهر قيمة .

وفى فرنسا تضم النقابة القومية لوكالات الصحافة[1] حوالى ثلاثين وكالة من بينها واحدة فقط ذات أهمية عالمية حقيقية

---

(1) Le Syndicat national des Agences de Prsse.

ألا وهى وكالة الأنباء الفرنسية[١] التى تتفوق على منافساتها بوسائلها الخاصة .

وفى الخارج أيضاً نجد عادة إلى جانب وكالة هامة تهتم بالأنباء العالمية ، وكالة أو عدة وكالات ذات نشاط محدود .

فرنسا

وكالة هاڤاس :

هى عميدة وكالات الأنباء العالمية الكبرى ، أسسها شارل لوى هاڤاس سنة ١٨٣٢ . وكانت فى أول أمرها عبارة عن مكتب عادى للترجمة .

وينتمى شارل هاڤاس الذى ولد فى سنة ١٧٨٣ إلى أسرة قديمة من التجار والملاحين الذين كانوا ينتمون أصلا إلى بورتو . وقد درس اللغتين اليونانية واللاتينية على عمه الأب هاڤاس وأعطاه والده زادا تجاريا متينا . وفى عهد الامبراطورية خلال الحصار البحرى ، أسس بيتا لاستغلال التراخيص التجارية التى كان يمنحها نابليون . كما أسس مصرفا وأصبح شريكا فى صحيفة جازيت دى فرانس[٢] ، وهى إحدى الصحف الأربع اليومية

---

(١) Agences France-Presse.

(٢) Gazette de France.

التى لم يلغها الامبراطور نابليون . وعند سقوط الامبراطورية فى سنة ١٨١٤ فقد ثروته ، فلم يتبق لديه شيء من المال ، فاضطر صاحب المصرف القديم ومموِّن جيوش الامبراطورية إلى الاشتغال بترجمة الصحف الأجنبية ليتمكن من تربية أولاده .

وقد ترتب على صعود لوى فيليب إلى العرش أن عادت السلطة إلى بعض الشخصيات التى كان يعرفها شارل هاڤاس : فحاول الاستفادة من اتصالاته القديمة ، وافتتح فى عام ١٨٣٢ مكتبا للترجمة أطلق عليه اسم « مكتب هاڤاس » واتخذ له مقراً فى حى المطابع والصحف بجوار دار البريد الرئيسية ولا يبعد عن شارع بولوا حيث مكاتب السفر والسعاة .

وأدرك هاڤاس فائدة الاكتشافات الحديثة التى سوف تعود على الصحف ؛ كالسكك الحديدية والتلغراف فاحتال ليتلقى الصحف الأجنبية قبل غيره فى باريس ، فيلتقط منها أخباراً أكثر جدة ويبيعها لصحف باريس . وأرسل أيضاً ترجماته إلى الأقاليم . وهكذا أدى خدمات كان يقوم بها عدد من مراسلى الصحف ، واقترح على الصحف الكبرى التى تصدر فى عواصم أوربا فكرة تبادل الأخبار ، وبفضل سرعة أخباره الخارجية تمكن من القضاء تدريجيا على المحررين المترجمين الذين كانوا يعملون

فى الصحف الباريسية الأخرى محتكرا بذلك ترجمة أنباء الصحف الأجنبية .

وفى تلك الأثناء عين فى مكتبه كمترجم أول ، رجلا إسرائيلياً حصيفاً يدعى إسرائيل بير ، اعتنق فيما بعد المذهب البروتستانتى وافتتح فى لندن عام ١٨٥١ وكالة للصحافة تشبه وكالة هاڤاس وأسماها وكالة جوليوس رويتر .

وتمكن جوليوس رويتر من الوقوف على مايجب أن تكون عليه وكالة الأنباء ، بفضل مروره بباريس واشتغاله عند هاڤاس .

وقد تأثرت ألمانيا أيضاً بهاڤاس ، وذلك أن برنهارت ولف ، الذى أسس فى برلين سنة ١٨٤٩ مكتب المراسلات البرقية ، كان يعمل أيضاً عند هاڤاس .

وفى سنة ١٨٣٥ أصبح مكتب هاڤاس يعرف باسم وكالة هاڤاس التى اتخذت شعاراً لها : « الاستقبال والإصدار بسرعة » .

ولما كان هاڤاس فطناً ومحباً للابتكار ، فقد استخدم الحمام الزاجل ثم التلغراف الهوائى الذى اخترعه كلود شاب ، وكل وسيلة من شأنها أن تنقل الأخبار بسرعة .

وتمكن بواسطة الحمام الزاجل من نقل الأخبار بين لندن وباريس — والمسافة بينهما ٣٨٠ كيلومتراً — فى مدة تتراوح بين

ست وسبع ساعات ، بينما كانت البواخر فى ذلك العصر تحتاج إلى وقت أطول لقطع المسافة نفسها .

وهكذا كانت باريس فى سنة ١٨٤٠ تتلقى عصراً الأنباء المرسلة من لندن فى صباح اليوم نفسه .

واستطاع هاقاس أن يربط بروكسل بباريس بالحمام الزاجل الذى كان يقطع المسافة بين هاتين المدينتين فى أربع ساعات .

وفى سنة ١٨٤٥ استخدم شارل هاقاس أول تلغراف كهربائى على خط باريس — روان . وكان يساعده فى عمله أبناؤه الذين حلوا بالتدريج محله فى إدارة الوكالة التى رسخت أقدامها بين الصحف . إلا أن إيراداتها كانت تتجاوز مصروفاتها بصعوبة ، ذلك لأنها عينت عدداً كبيراً من المراسلين فى أنحاء القارة الأوروبية فى الوقت الذى كانت وسائل نقل الأخبار غالية النفقات . ولما كانت أنباء هاقاس غزيرة وصحيحة ، فإنها كانت تباع بثمن غال ، الشىء الذى لا يمكن إلا العدد القليل من الصحف من الاشتراك فيها ، فى حين أن مؤسسة منافسه تعرف باسم «نشرة باريس[1]» ، كانت تقدم للصحف بالمجان أخبار باريس والخارج . ذلك أنه نظراً للتقدم الصناعى وانتشار ما كانوا يسمونه « بالأسواق »

---

(١) Bulletin de Paris

التى كانت عبارة عن محلات تجارية كبيرة ، بدأت الدعاية التجارية أو بمعنى آخر بدأت الإعلانات تأخذ مكانها فى الصحافة . فكانت « نشرة باريس » ترسل إلى الصحف المشتركة فيها أوامر إعلانات لنشرها بالمجان ، عدداً معيناً من المرات ، أو بالسعر بحيث يساوى أى الطريقتين ثمن الاشتراك فيها .

لقد كان أصحاب هذه الوكالة الجديدة بائعين للأخبار وموزعين للإعلانات فى آن واحد ؛ فوجدت الصحف فى التعامل مع هذه النشرة فائدة كبيرة تغنيها عن بذل المال فى سبيل الحصول على الأخبار .

وشغلت هذه المنافسة هافاس ، فعمل فى سنة ١٨٥٢ على ضم نشرة باريس إليه وأحل محلها ما أسماه «مراسلات هافاس العامة[١]» التى سارت على النهج الذى رسمته « نشرة باريس » .

وفى سنة ١٨٧٥ اشترك أوجست هافاس — أحد أحفاد شارل هافاس مؤسس الوكالة — مع مانيو لافيت السكرتير العام السابق لمديرية السين والذى تولى إدارة نشرة باريس بعض الوقت، وأسسا وكالة على أنقاض مؤسسة صغيرة إسمها « وكالة بوليز[٢] »

---

(١) Correspondance Générale Havas

(٢) gence B i!li ג

ومقرها ميدان البورصة . وكان هدف هذه الوكالة الجديدة استغلال إعلانات الصحف لحساب هافاس . وتسمت بأسماء مختلفة . وأخيراً وفى عام ١٩١٤ ، بعد تغيرات عدة ، أصبح اسمها « الشركة العامة للإعلانات[١] » . وفى عام ١٩١٩ تمكن ليون رينير الذى كان مديراً للشركة العامة للإعلانات وللوكالة القديمة هافاس فى آن واحد، من تحقيق إدماجهما فى وكالة واحدة ذات رأس مال قدره ٢٠ مليوناً من الفرنكات ، وصلت إلى ٥٠٠ مليوناً بعد عدة زيادات . وعندما قامت الحرب فى سنة ١٩٣٩ كان قد بطل منذ زمن العمل بمبادلة الخبر بالإعلان . وكانت الوكالة تبرم مع الصحف عقود إيجار . فى مقابل دفع مبلغ معين كانت الصحيفة تتنازل للوكالة عن مساحة إعلانية لتستخدمه حسبما يتراءى لها . وبالتدريج حلت عقود الإحتكار محل عقود الإيجار ، وأصبح لوكالة هافاس وحدها حق تمثيل الصحيفة فى مقابل عمولة معينة .

ولم يعد الارتباط وثيقاً بين الأخبار والإعلانات لما كان عليه فى أول الأمر . فكان لوكالة هافاس فرعان لنشاطها يتميز أحدهما عن الآخر فى الظاهر ، فنجد الأخبار من جهة والإعلانات من جهة أخرى . إلا أنه كان لهذين الفرعين روابط وثيقة خاصة فيما يتعلق بشخصية المديرين والمصالح المالية . وقد أخذ على وكالة

(١) Société Générale des Annonces

هاڤاس (فرع الأخبار) أنها لم تكن وكالة لبيع الأخبار خالصة لوجه الله فحسب ، لأن هذا الفرع لم يكن فى مقدوره أن يتجاهل ما يشغل بال الوكالة من الناحية التجارية فيما يتعلق بالإعلانات فكان فرع الإعلانات يتجه إلى خلق نوع من احتكار الإعلانات فى الصحف الفرنسية .

وقد كان للعلاقة بين النشاطين الإعلانى والإخبارى نتيجتان : الأولى أنها أعطت للوكالة نفوذا قويا على الصحافة الفرنسية ، والثانية أنها أدت إلى خلق موجة قوية من النقد لأن فرع الأخبار كان عرضة للوقوع تحت أى نوع من النفوذ الخارجى .

ولم تكن وكالة هاڤاس مستقلة حقا قبل الحرب ، لأن مصروفاتها كانت مرتفعة جدا . ولم يكن فى إمكانها الاعتماد على إيراداتها من الصحف الفرنسية لسد نفقاتها . وكانت الوكالة تقدم أخبارها لصحف أخرى غير صحف فرنسا ، وخاصة صحف المستعمرات التى تكتب إلى عدد غير قليل من القراء البيض ، مما يتفق ومصلحة البلاد القومية فى تزويد هؤلاء البيض بأخبار فرنسية . ولم يكن فى مقدور تلك الصحف أن تدفع حتى تكاليف نقل الأخبار من فرنسا . فكانت وزارة المستعمرات تقوم بدفع اشتراكات هذه الصحف . وهكذا كان يدخل ميزانية وكالة هاڤاس بطريقة غير مباشرة أموال مصدرها الحكومة .

ومن جهة أخرى كانت الوكالة تزود الصحف الأجنبية بالأخبار كصحف البلقان ومصر والشرق الأقصى وأمريكا الجنوبية .

وإن وكالة هافاس التى تحملت نفقات باهظة لتوزيع الأخبار وإذاعتها ، كانت تؤدى خدمة وطنية ؛ فكان من العدل أن تتحمل الحكومة عنها جزءا من هذه النفقات .

وكانت المصروفات العامة الخاصة بفرع الأخبار تقسم إلى جزأين : يمثل أولهما احتياجات الصحف الفرنسية وهو الثلثان ويمثل ثانيهما نفقات توزيع الأخبار فى الخارج ، وهو الثلث . وهذا الجزء الثانى كان يستخدم فى تحديد مقدار الإعانة التى كانت تتلقاها وكالة هافاس من الحكومة الفرنسية .

وقد وصلت هذه الإعانة قبل الحرب إلى ٣٢ مليونا من الفرنكات .

الوكالات المتحالفة :

كانت هناك علاقات وثيقة بين الوكالات العالمية الكبرى قبل الحرب . فكما أنه من العسير على صحيفة بمفردها أن يكون لها قسم إخبارى عالمى ، فإن الأمر كذلك بالنسبة لوكالة وحيدة لو أرادت الحصول على أخبار العالم كله بمراسليها

الخاصين : أنها تجد نفسها مثقلة بنفقات باهظة . وهذا ما حدا بوكالات الأنباء الهامة ، خلال النصف الثانى من القرن الماضى ، إلى عقد اتفاقات لتبادل الأخبار فيما بينها . وهذه الوكالات المتحالفة هى الاسوشيتدپرس[١] ورويتر[٢] وهاڤاس وولف[٣] وستيفانى[٤] وبعض الوكالات الأخرى الصغيرة المنتشرة فى البلاد الأوروبية المختلفة ، وهذه الوكالات الأقل أهمية كانت وكالات قومية حكومية ، فكانت الوكالة الكبرى ترسل ممثلا عاديا لها لدى هذه الوكالات ليقوم بفرز الأخبار وإرسال ما يمكن أن يكون موضع أهتمام قراء الدول الكبرى ، وكانت العقود المبرمة بين الوكالات تحدد حقوقها وكيفية استعمال كل منها أخبار الأخرى . كما كانت ملاحق هذه الاتفاقات تحدد مناطق العالم التى تستطيع الوكالات المختلفة بيع أخبارها فيها .

وغالباً ما كانت هذه العلاقات بين الوكالات المتحالفة موضعاً للنقد ؛ ففى الولايات المتحدة أخذت المنافسة على وكالة الاسوشيتدپرس أنها تنقل إلى الصحف الأمريكية أخبارا غير محايدة ، مشوبة بالدعاية مستقاة من مصادر رسمية أجنبية .

---

(١) Associated Press
(٢) Reuter
(٣) Wolf
(٤) Stefani

النظام خلال الحرب :

وقد ظل هذا النظام حتى الحرب العالمية الأولى . وفى الفترة الواقعة بين الحربين عدل بعض الشيء على حساب وكالة ولف الألمانية .

وأحدثت الحرب العالمية الثانية إنقلابا شاملا فى مركز الوكالات وخاصة وكالة هاڤاس .

وعقب هدنة سنة ١٩٤٠ حاولت حكومة ڤيشى تخليص فرع الأخبار فى وكالة هاڤاس من قبضة الألمان ، فأوعزت بإنشاء مؤسسة عامة تحت اسم «المكتب الفرنسى للإعلام» (١) ليستأنف على حسابه جميع عناصر نشاط فرع الأخبار لوكالة هاڤاس القديمة . وفى هذه الأثناء احتفظ فرع الإعلانات من جانبه بشكله القانونى كشركة فلم يلبث أن سيطر عليه الألمان .

وفى نفس الوقت تقريبا ساعد الإنجليز على إنشاء وكالة أنباء صغيرة فى لندن أطلق عليها اسم « الوكالة الفرنسية المستقلة » (٢) . وبعد ذلك بسنتين حين نزل الحلفاء بإفريقيا الشمالية تحول مكتب الجزائر التابع المكتب الفرنسى للإعلام إلى وكالة أنباء قائمة

---

(١) Office Français d'Information

(٢) Agence Française Indépendante

بذاتها تحت اسم « وكالة فرنسا — أفريقيا[١] » .

أما فى فرنسا ، فقد ساهمت فى نقل الأخبار المستقلة وكالة سرية صغيرة نتجت عن اتحاد عدد كبير من شبكات الأخبار التابعة للمقاومة والتى تتألف على وجه الخصوص من محررى هافاس الذين فصلتهم حكومة فيشى ووكالة الانباء والوثائق[٢] .

ولما حررت الأراضى الفرنسية ، طهر المكتب الفرنسى للإعلام من جميع العناصر التى تعاونت من قريب أو من بعيد مع المحتل . وتم اتحاده مع الوكالة الفرنسية المستقلة ووكالة «فرنسا — أفريقيا» فى الجزائر ووكالة الأنباء والوثائق فى فرنسا لتؤلف معاً مؤسسة عامة رأت النور فى أكتوبر سنة ١٩٤٤ واطلق عليها اسم « وكالة الأنباء الفرنسية[٣] » .

وكالة الأنباء الفرنسية :

استأنفت هذه الوكالة فى سبتمبر سنة ١٩٤٤ نشاط وكالة هافاس القديمة ، ومقرها فى باريس ١٣ ميدان البورصة . ولها فى كل المدن الفرنسية أكثر من ثلاثمائة مراسل مكلفين بالتقاط الأخبار وإرسالها

---

(١) Agence France-Afrique

(٢) Agence d'Information et de Documentation.

(٣) Agence France-Presse

إلى المقر العام سواء مباشرة أو عن طريق المكاتب الإقليمية التابعة لوكالة الأنباء الفرنسية والتى يبلغ عددها العشرين تقريباً بما فى ذلك المكاتب الثلاثة الموجودة فى إفريقيا الشمالية .

ولوكالة الأنباء الفرنسية فضلا عما تقدم حوالى الستين مكتبا ومراسلا فى الخارج .

وأبرمت وكالة الأنباء الفرنسية مع أكثر الوكالات الاوروبية اتفاقات تنص فى أغلب الحالات على تبادل الأنباء الداخلية التى تحدث فى البلد الأجنبى طرف العقد فى مقابل الأخبار العالمية التى تذيعها وكالة الأنباء الفرنسية وذلك لقاء أجر غير محدود تتقاضاه الوكالة الفرنسية .

وترتبط هذه الوكالة أيضاً بوكالة الأسوشيتدپرس الأمريكية ، بعقد يقضى بأن توافيها هذه الأخيرة بأنباء الولايات المتحدة مقابل أخبار فرنسا وممتلكاتها فيما وراء البحار .

وفى البلاد التى لاتوجد فيها وكالات أنباء قومية ، تعقد الوكالة اتفاقات بالتراضى مع عملاء فرادى كالصحف ومحطات الإذاعة وغيرها .

وترسل الوكالة أخبارها من باريس بثلاث لغات هى الفرنسية والإنجليزية والألمانية ، ثم تترجمها المكاتب التابعة لها فى الخارج

إلى إحدى عشرة دولة مختلفة . وتتجه هذه الأخبار :

(ا) إلى باريس والأقاليم والبلاد المتاخمة لفرنسا بواسطة آلة التليتيب[1] .

(ب) إلى البلاد الأجنبية البعيدة كأمريكا الشمالية والجنوبية وأوروبا والشرقين الأوسط والأقصى وأفريقيا الشمالية وما وراء البحار بواسطة إذاعات مورس الخاصة أو التلبرنتر اللاسلكى (التكر[2]) .

وفيما يلى جدول بمتوسط عدد الكلمات التى ترسل يومياً إلى :

باريس والأقاليم	٣٠٠٠٠	كلمة تقريبا
أفريقيا الشمالية	١٦٠٠٠	»
ما وراء البحار	٩٠٠٠	»
أمريكا الشمالية	١٨٠٠٠	»
» الجنوبية	١٨٠٠٠	»
أوروبا (التلبرنتر)	٢٨٠٠٠	»
أوروبا والشرق الأوسط (مورس)	١٤٠٠٠	»
الشرق الأقصى	٨٥٠٠	»

---

(١) Télétype

(٢) Raaiotélescripteur

وتشترى الوكالة أجهزة التلبرنتر وتقوم بصيانتها وإدارتها ، وأغلبها إنجليزية الصنع من ماركة كريد[1] . وتدفع لخطوط البرق الداخلية والدولية رسم استعمال . أما فيما يتعلق بإذاعتها بطريقة مورس فإنها تستأجر من مصلحة البريد والتلغراف والتليفون عدداً معيناً من أجهزة الإرسال لقاء مبلغ معلوم .

ولوكالة الأنباء الفرنسية فى مقرها الرئيسى مركز للاستقبال والاستماع يتيح لها مراجعة أخبارها بمضاهاتها بأخبار الإذاعات العالمية المختلفة التى تذاع بواسطة الراديو أو اللاسلكى .

وبينما يتفق فى الخارج مع العملاء فى مختلف البلاد على دفع اشتراكات تتحكم فيها المنافسة الحادة ، فإننا نجد أن وكالة الأنباء الفرنسية تطلب اشتراكات من الصحف التى تعاملها فى فرنسا وإفريقيا الشمالية تختلف أسعارها باختلاف أرقام توزيعها .

ونرى فى الوقت الحاضر أن المركز المالى لأكثر الصحف الفرنسية ليس على مايرام ، إذ أن إعلاناتها القليلة نسبياً لا تسمح لها بأن تدفع بطريقة مرضية أجر الأخبار التى تتلقاها من وكالة الأنباء الفرنسية ، مما يجعلنا نفسر بعض الصعوبات المالية التى تواجهها هذه الوكالة .

---

(١) Creed .

وتخضع الوكالة منذ تأسيسها فى أكتوبر سنة ١٩٤٤ لنظام مؤقت كمؤسسة عامة فى انتظار موافقة البرلمان على اللائحة التأسيسية النهائية . لذا فإن على الدولة أن تواجه مؤقتاً خسائر الوكالة إلى أن يأتى اليوم الذى ينشأ فيه نظام تعاونى صحافى يسمح للوكالة بأن تستقل مالياً عن الحكومة .

ولما كانت ظروف هذا التحول لا يمكن أن تواتى إلا بعد وقت طويل، فإنهم يتجهون اليوم نحو مشروع معهد قومى للإعلام (١) تمول جزءاً منه الدولة ولكن لائحته الأساسية تكفل استقلاله عن السلطة .

ويدير الوكالة فى الوقت الحاضر مدير عام ومديران تعينهما الحكومة . وللمدير العام حق تعيين سائر موظفى الوكالة .

أما فيما يختص بميزانية الوكالة ، فقد بلغت فى سنة ١٩٤٩ ١٫٥٠٠٫٠٠٠٫٠٠٠ من الفرنكات ، بلغت إعانة الحكومة فيها حوالى المليار ، والباقى هو صافى دخل الوكالة موزعاً بالتساوى بين فرنسا وإفريقيا الشمالية وما وراء البحار من جهة والبلاد الخارجية من جهة أخرى .

---

(١) Institut National d' Information

الولايات المتحدة

فى الولايات المتحدة صحافة هى أكثر صحف العالم تقدما ونجاحا وضخامة . وعلى الرغم من اتساع أقسام الأخبار فى الصحف اليومية ، فإنها ما زالت فى حاجة إلى وكالات قوية قادرة على تزويدها بأنباء ومقالات إخبارية غزيرة .

وقد اكتسبت كثير من وكالات الأنباء الكبرى شهرة عالمية .

الاسوشيتدبرس (ا . ب)[1] :

تأسست فى سنة ١٨٤٨ . وكان هدفها فى أول الأمر نقل الأخبار الأوربية لا الأمريكية ، لأن صحف الولايات المتحدة حتى ذلك الوقت كانت تعتمد على وسائلها الخاصة فى الحصول على الأخبار . وأنشئت هذه الوكاله لجمع أخبار أوربا التى كانت تصل ببطء والتى كان ينتظرها الأمريكيون بفارغ الصبر .

فى هذا العصر ، كان بمجرد أن يعلن أدلاء الميناء نبأ ظهور سفينة فى عرض البحر ، ترسل الصحف فى الحال ممثليها فى زورق صغير لمقابلتها . فيصعدون إلى ظهرها ويقابلون القبطان أو أحد المسافرين البارزين ليلتقطوا ما يقصانه من الأحداث الجارية

---

(1) Assosiated Press (A.P.)

فى القارة القديمة عندما أقلعت السفينة . وكان هؤلاء الممثلين يسرقون الصحف الحديثة إذا دعت الحاجة ثم يعودون سريعا إلى البر حيث يحررون باختصار الأخبار التى التقطوها بتلك الوسيلة .

وفى شهر مايو سنة ١٨٤٨ كان بنيويورك ست صحف كبرى تتنافس لتحصل كل منها على أخبار القارة القديمة قبل غيرها وكان الفوز حليف الصحيفة التى لديها فرقة قوية من المجدفين ، ومراسلون ماكرون يستطيعون التقدم على المنافسين . وكانت تكاليف التلغراف والحمام الزاجل والسفن والمجدفين مرتفعة جدا ، فأدركت هذه الصحف النيويوركية الست أنها فى طريقها إلى الإفلاس إن هى لم تضع حدا لهذه المنافسة .

وتم عقد اجتماع بين مديرى هذه الصحف للبحث عن الوسيلة التى تمكنهم مشتركين من الحصول بأحسن الشروط على الأخبار وخاصة أخبار أوربا .

كان لابد من الاتفاق إذاً ، لاسيما وأنهم وجدوا أنفسهم منذ قليل أمام خطر جديد وهو دخول شركات التلغراف المنشأة حديثا منافسا فى سوق الأخبار . فإذا ما رست سفينة فى بوسطن أرسلت شركة التلغراف المحلية إلى نيويورك أخبار أوروبا التى تحملها هذه السفينة . وهكذا كان فى استطاعة الصحيفة النيويوركية

أن تحصل على أخبار القارة قبل أن تصبح السفينة على مرأى من نيويورك بوقت كاف ؛ الأمر الذى كان يعرض للعقم كل المجهودات التى تبذلها صحف نيويورك للحصول على الأخبار من عرض البحر أمام نيويورك إذا ما تمكنت إحدى الصحف المنافسة من الحصول على الأخبار عن طريق شركة تلغراف بوسطن .

وقرر مديرو هذه الصحف الست أن يوحدوا جهودهم ويوظفوا المال اللازم للحصول على الأخبار فى أسرع وقت ممكن . فأسسوا منظمة مشتركة أسموها « أسوشيتدپرس » . وقد بلغت مصروفاتها فى السنة الأولى ١٠,٠٠٠ دولار ، ولم يكن أعضاء فى هذه المنظمة سوى هذه الصحف الست التى كان لها حق الأولوية فى الحصول على الأخبار ، ذلك لأن المنظمة كانت تبيع أخبارها أيضاً لصحف المدن الأخرى .

وأحرزت هذه الوكالة تقدما سريعا بفضل امتداد خطوط السكة الحديدية داخل الولايات المتحدة . وقد ظلت نيويورك وواشنجتون مركزين هامين، وظهر إلى جانبهما شيكاجو وكانساس سيتى حيث تأسست فى هاتين المدينتين الجديدتين صحف هامة ، وأخذت أسلاك التلغراف مكانها إلى جوار خطوط السكة الحديدية . وقد عينت الوكالة بهما مراسلين لالتقاط الأخبار

المحلية ونقل أخبار مدن الساحل ، وظلت الأفضلية لأخبار أوروبا ، وحتى فى فترة التسابق على مناجم الذهب التى اجتذبت إلى كاليفورنيا الآلاف من الباحثين الآتين من الشرق ، فقد احتفظت أخبار أوروبا بمكانتها . وعلى أى حال ، فإن المال الذى كان يبذل فى سبيل الحصول على هذه الأخبار كان يقتطع جزءاً كبيراً من ميزانية الاسوشيتدپرس .

وقد كان لمد السلك البحرى عبر المحيط ، بين العـــالم الجديد وإيرلندا فى سنة ١٨٥٨ أحسن وقع ؛ فبفضل هذا السلك أصبح فى الاستطاعة تلقى أخبار أوروبا فى بضع ساعات بدلا من انتظار وصول السفن . غير أن السلك قطع للأسف بعد افتتاحه ببضعة أيام وظل معطلا عدة سنوات . ثم قامت الحرب الأهلية التى زادت من تعطش القراء للصحف ، فبدأت حينئذ كفة الأخبار الأمريكية ترجح على كفة أخبار أوروبا . ثم حلت سنوات التعمير الداخلى ، ولم تكف الأسوشيتدپرس فى هذه الأثناء عن النمو وظل أعضاؤها الستة الأول يتلقون أخبارها بدون مقابل ، فى حين أن سائر الصحف كانت تعاملها بالنقد . ومن ثم فقد أصبح الأسوشيتدپرس دور مزدوج ؛ فهى تعتبر بالنسبة للصحف الأولى وكالة تعاونية قليلة التكاليف ؛ وبالنسبة للصحف الأخرى مؤسسة تتجر فى الأخبار .

وجأرت بعض صحف المدن الداخلية بالشكوى من صحف الشرق التى كانت تفكر فى نفسها أولا وتهمل احتياجات الصحف الأخرى ، فحملت حملة شعواء على صحف نيويورك الست المؤسسة للوكالة . وسرعان ما تأسست وكالة منافسة هى وكالة « وسترن أسوشيتدپرس »[1] إلا أنها لم تعش طويلا .

وأدت المنافسة بين صحف الشرق وصحف الغرب إلى تكوين وكالة أخرى هى « يونايتدپرس »[2] كانت حياتها قصيرة ؛ ولكنها تمكنت قبل حلها من اجتذاب عدد كبير من الصحف التى كانت مشتركة قبلا فى الأسوشيتدپرس . وعلى أثر تلك المنافسة الحارة مع اليونايتدپرس ، أعادت الأسوشيتدپرس تنظيم نفسها فغدت وكالة تعاونية .

وفيما يلى النظام الذى كانت تسير عليه هذه الوكالة :

- فى كل مدينة من مدن الولايات المتحدة كانت صحيفة على الأقل عضوا فى الأسوشيتدپرس . فإذا طلبت صحيفة أخرى غير مشتركة الحصول على أخبار هذه الوكالة ، كان الأعضاء الآخرون يتشاورون فيما بينهم فيما إذا كان من الممكن الموافقة على هذا الطلب أو رفضه . وهذا ما كان يطلق عليه « حماية الأسوشيتد » . فلم

---

(١) Western Associated Press

(٢) United Press

يكن فى مقدور أية صحيفة تلق أخبار الأسوشيتدپرس بمجرد دفع الاشتراك ، بل كان لابد من الحصول على موافقة الصحف الأخرى الأعضاء فى الوكالة . غير أن هذا النظام الاختيارى المشترك هوجم أخيراً أمام القضـــاء الأمريكى . فاتهمت الأسوشيتدپرس بأنها تحتكر الأخبار ، مما اضطرها إلى أن تقدم أخبارها إلى أية صحيفة تقبل الاشتراك فى النفقات بنفس الشروط المفروضة على الصحف الأخرى التى من طبقتها . فى مقابل الخدمات التى تقدمها للصحف تجزى الوكالة على أساس عدد سكان المدينة التى تصدر فيها الصحيفة من ناحية وعدد نسخها المطبوعة من ناحية أخرى ، وليس للوكالة أن تحقق أرباحا . وتضع الإدارة مشروع ميزانيتها وتوزع على الأعضاء المصروفات التى دفعت والمصروفات المتوقعة بحيث يكون فى صندوقها باستمرار مبالغ تكفى لأن تسمح لها بتحقيق النمو الذى تراه ضروريا .

وقد ضمن هذا النظام التعاونى للصحف الأمريكية أخبارا محايدة تسد احتياجاتها .

وتقدم الوكالة للصحف الأمريكية الكبرى أخبارا مكونة من حوالى ٢٥٠٫٠٠٠ كلمة فى اليوم الواحد ، يتكون ربعها من الأخبار الدولية التى يبعث بها مايقرب من مائتى مراسل فى خارج أمريكا .

وتمد هذه الوكالة حوالى ثلاثة أرباع الصحف ومحطات الإذاعة في أمريكا بالأخبار المختلفة .

اليونايتدپرس[1] (ى . ب) :

هى أكبر وكالات الأنبـــاء فى الولايات المتحدة بعد الأسوشيتدپرس . تأسست عام ١٩٠٧ ، فى الفترة التى كانت الأسوشيتدپرس تعانى فيها بعض المتاعب ، وهى تشبه هذه الوكالة فى كونها تأسست لنقل أخبار أوروبا ، ولم يكن فى استطاعة الأسوشيتدپرس بممثليها وخدهم المنبثين فى أوروبا الحصول على كل أخبار القارة التى قد تهم القارئ الأمريكى ، مما جعلها تتفق مع بعض الوكالات الأوروبية التى كان عدد كبير منها يتلقى إعانات حكومية . ويدعى منافسو الأسوشيتدپرس أن بهذه الوسيلة كانت أخبارها تتأثر بنفوذ الجهات الأوروبية المضرة .

ومن جهة أخرى ، فإنه للحصول على أخبار الأسوشيتدپرس كان لابد من أخذ موافقة سائر أعضاء هذه الوكالة الذين كانت صحفهم تصدر فى نفس المدينة . بيد أن هذه الموافقة لم تكن تعطى فى أغلب الأحيان . كان لابد إذن من ظهور وكالة أخرى لاتقوم على أساس تعاونى ، بل على أساس تجارى .

---

(١) United Press (U. P.)

لقيت اليونايتدپرس نجاحا سريعا ؛ وهى اليوم وكالة ضخمة تزود بأخبارها مايقرب من ١٧٤٠ صحيفة موزعة فى أنحاء العالم و ٧٠٤ من دور الإذاعة ، وعلى هذا الأساس ، فإنها تقدر عدد قرائها بمـا يربو على ٦٠٠ مليون ، وتذيع أخباراً تتكون يوميا من ٩٠ ألف كلمة ، ولا يقتصر عملاؤها على الولايات المتحدة فحسب ، بل هناك مايزيد على ٢٠٠ صحيفة فى أوروبا مشتركة فيها وما يساوى هذا العدد فى أمريكا الجنوبية .

وهى مؤسسة تجارية تبيع أخبارها إلى كل عميل قادر على الدفع ، ولها أن تحقق أرباحا .

ويجدر بنا أن نشير هنا إلى وكالة الأنباء العالمية[1] التى أسسها وليام راندولف هيرست لتمد مجموعة صحفه بالأخبار والتى تأتى فى المرتبة الثالثة من حيث الأهمية ، وليست أخبارها من الكثرة والدقة بحيث تقارن بأخبار الوكالتين السابقتين .

---

(1) International News Service

بريطانيـــــا

وكالة رويتر :

هى أهم وكالة أنباء إنجليزية . فنى سنة ١٨٤٩ مد خط تلغرافى يصل بين برلين واكس لاشابيل ، ولاحظ شاب ألمانى يدعى جوليوس رويتر أن المسافة قصيرة نسبيا بين نهاية هذا الخط فى مدينة اكس لاشابيل ومدينة فرفيه[1] التى ينتهى عندها الخط التلغرافى الذى يصل بين فرنسا وبلجيكا ؛ فأدرك الفائدة التجارية التى يمكن تحقيقها من إيصال هاتين النقطتين بعضهما ببعض فيتم ربط الشبكة التلغرافية الألمانية بالشبكة التلغرافية الفرنسية البلجيكية . ونظم رويتر الاتصال بين فرفيه واكس لاشابيل بواسطة الحمام الزاجل . وعلى الرغم من أنه لم يحقق أرباحا ضخمة فإنه اكتسب شهرة واسعة فى كل من فرنسا وألمانيا . غير أن هاتين الشركتين القويتين لم تكونا على استعداد لمنحه التسهيلات اللازمة لاستغلال فكرته ، ولما لم ينجح فى ترويج مشروعه تجاريا فقد ثبطت عزيمته وولى وجهه شطر بريطانيا طلبا للرزق .

تجنس رويتر بالجنسية البريطانية ، وظل اهتمامه موجها نحو المواصلات ولا سيما المواصلات بالسلك البحرى بين دوفر

---

(١) Verviers

وكاليه ، وقد أدرك رويتر أيضاً بثاقب فكره أنه من الممكن أيضاً مد خط بحرى عبر المحيط ، وأن هذا الخط الذى سوف يربط أوروبا بأمريكا يوما ما ، لابد أن يمر بالجزر البريطانية لأسباب جغرافية معروفة ، وهذا ما دعاه إلى البحث عن الثروة فى انجلترا .

وصل رويتر إلى انجلترا فى عام ١٨٣١ ، وكانت بدايته متواضعة ، فقد افتتح مكتبا صغيرا فى لندن وسط الحى المالى ولم يكن فى هذا المكتب فى أول الأمر سوى مستخدم واحد . غير أنه عين المراسلين فى جميع عواصم أوروبا ، وكانت مهمة المكتب تنحصر فى تسلم أخبار التجارة والاقتصاد من أهم المراكز السياسية فى أوروبا ، ثم بيعها لعملائه الذين كانوا فى بداية الأمر المؤسسات التجارية ، وبعد فترة وجيزة طرأت على ذهنه فكرة تقديم أخباره ، ومعها أخبار سياسية إلى صحف لندن التى كانت حتى ذلك الوقت ، تكتفى بترجمة أخبار صحف القارة عند وصولها إلى لندن ، واعترضت رويتر فى البداية بعض المصاعب ، لأنه لم يكن معروفا فى لندن وفى فليت ستريت[1] ، مركز الصحف . فقد استقبل أول الأمر بريبة وإن لم يكن قد قد وصل بعد إلى الثروة ، فقد تمكن بعد سنوات من الجهد

---

(١) Fleet Street



رويتر في سن الثالثة والخمسين

والمثابرة من الحصول لوكالته على السمعة الطيبة بفضل أخباره التى امتازت « بالسرعة والدقة » .

وذات يوم حمل رويتر قبل غيره إلى لندن بعض عبارات مزعجة أدلى بها نابليون الثالث لوزير النمسا فى فرنسا يُشتم منها قرب قيام الحرب الإيطالية ، وقد اعترف الإنجليز بجميله عليهم لأنه أنذر أوساط الأعمال والمال قبل غيره بالانقلاب الذى كان وشيك الحدوث ، وأثار هذا الخبر أيضاً عندما نشرته صحيفة التايمز شعور الناس فى أنحاء أوروبا ، وكتبت لرويتر منذ ذلك التاريخ شهرة جعلت جميع صحف لندن تشترك فى أخباره وأوسعت دائرة عملائه فى أوروبا .

وتمكن رويتر حينئذ من عقد عدة اتفاقات مع مختلف الوكالات الأجنبية ، مثل هاڤاس فى باريس وولف فى برلين وستيفانى فى روما والأسوشيتدپرس فى نيويورك ، وظل رويتر الرجل الحاذق الجرىء وهما الصفتان اللتان امتاز بهما منذ أول عهده بهذه المهنة ، وعندما نشبت الحرب الأهلية فى الولايات المتحدة ، لم يعد فى استطاعة أخبار هذه البلاد أن تصل إلى أوروبا إلا عن طريق السفن التى كانت تقطع المسافة فى أحد عشر أو اثنى عشر يوما ، ولكى يقصر رويتر هذه المدة رتب الأمر بحيث توضع أنباء آخر ساعة التى يبعثها مراسلوه فى صفائح فارغة

تسلم لكل باخرة مبحرة من أمريكا . وعندما تمر هذه البواخر قرب الساحل الجنوبي لإيرلندا تلقي هذه الصفائح في البحر فتلتقطها زوارق صغيرة استأجرها رويتر . ومد من أجل ذلك خط تلغرافي عبر إيرلندا لإرسال الأخبار التي تلتقط من هذه الصفائح إلى لندن على وجه السرعة ، وكلل هذا المشروع بالنجاح .

وأصبح السيد رويتر بعد ذلك البارون جوليوس دي رويتر وتوفي في مدينة نيس[١] سنة ١٨٩٩

وفي الوقت الحاضر توزع أخبار وكالة رويتر في جميع أنحاء العالم . .

وهذه الوكالة هي الآن ملك الصحافة البريطانية مجتمعة ، بعد أن كانت في أول أمرها شركة تجارية يملكها رويتر . وقد تعاقبت عليها مختلف الأحوال . ففي سنة ١٩٢٦ أصبح لمجموعة الصحف البريطانية الإقليمية المعروفة باسم اتحاد الصحف المحدودة[٢] ، الإشراف على أسهمها . وفي سنة ١٩٤١ أصبحت صحف لندن أيضاً مالكة للوكالة عن طريق اتحاد أصحاب الصحف[٣] بعد أن

---

(١) Nice
(٢) Press Association Limited
(٣) Newspaper Grapriciors Association

كانت عميلة من عملائها . وتشرف هاتان المنظمتان الآن على وكالة رويتر .

وهذه الوكالة أيضاً وكالة تعاونية ؛ إذ أنها لاتحقق أرباحاً فى شكلها الجديد على الأقل . ويبلغ عدد مديريها ستة ، ثلاثة يمثلون صحافة لندن ، وثلاثة يمثلون الصحافة الإقليمية . أما من الناحية القانونية فلرويتر شكل شركة الاحتكار . ولا يمكن حل هذه المؤسسة إلا بموافقة رئيس العدل[1] الإنجليزى ، وبذلك أضفى طابع القومية على هذه الوكالة .

الاتحاد السوفيتى

وكالة تاس[2] :

لما كانت وكالة تاس تابعة للدولة فإنها المصدر الوحيد الذى تتزود منه صحف الاتحاد السوفيتى بالأخبار الخاصة . ذلك أنها الجهة الوحيدة المرخص لها بتوزيع الأخبار الآتية من الخارج . ولها شبكة واسعة من المراسلين الإقليميين داخل روسيا ، كما لها عدد كبير نسبياً من المراسلين فى الخارج . ويتصل هؤلاء أحياناً ببعض الوكالات الأجنبية .

---

(١) Chief Justice
(٢) Tass

وخلال الحرب أنشىء مكتب[١] تحت إدارة وزير الخارجية لإذاعة البلاغات الرسمية التى كانت وكالة تاس تقوم بتوزيعها حتى ذلك الوقت ؛ إلا أنه كان يحدث أن تذيع وكالة تاس بعض البلاغات أو التكذيبات .

بلجيكا

وكالة بلجا[٢] :

ليس لبلجيكا سوى هذه الوكالة . وهى شركة أهلية نظمت فى سنة ١٩٢٠ بناء على رغبة الملك البير . وكبار المساهمين فيها هم المصارف والشركات الصناعية . ولا تملك المؤسسات الصحفية سوى ١٠ ٪ من رأس المال تقريباً ، إلا أنه يوجد ثلاثة أعضاء يمثلون الصحافة فى مجلس الإدارة المكون من سبعة أعضاء . وأغلب الأخبار العالمية تستقيها الوكالة من وكالة رويتر ووكالة الأنباء الفرنسية .

والحكومة البلجيكية مشتركة فى وكالة بلجا التى توزع البلاغات الحكومية وترسل بالتليتيب إلى جميع الوزارات نفس الأخبار التى ترسلها إلى الصحافة البلجيكية .

---

(١) Sarr Inform Bureau

(٢) L'agence Belga

الدانيمارك

وكالة ريتزو :

هي الوكالة الوحيدة فى الدانيمارك . وقد تأسست فى عام ١٨٦٦ وظلت حتى أول يناير سنة ١٩٤٧ ملكا للعائلة التى أسستها . والوكالة فى الوقت الحالى ملك للصحافة الدانيمركية . ويتكون مجلس إدارتها من خمسة عشر عضواً ينتخبون سنوياً من بين أعضاء مجالس إدارات الصحف ومديريها ورؤساء تحريرها . ولم يؤثر انتقال ملكية هذه الوكالة أى أثر فى إدارتها أو فى موظفيها وهى تتلقى أخبارها العالمية عن طريق وكالة رويتر وبعض الوكالات العالمية المختلفة .

اليونان

وكالة أثينا :

هى الوكالة الوطنية الوحيدة فى اليونان . تأسست سنة ١٩٠٥ وعلى الرغم من كونها مؤسسة أهلية ، فإنها تابعة كلية للحكومة اليونانية التى تغطى مصروفاتها .

ودخل هذه الوكالة التجارى محدود لأن الحالة المالية للصحف اليونانية غير مستقرة بسبب ضعف توزيعها وقلة إعلاناتها ، فضلا عن أن أسعار الاشتراكات لا تكفى لتغطية تكاليف الأخبار .

پولونيا

وكالة پولسكا أجلسيا پراسوفا[1] :

هى الوكالة القومية الكبيرة الوحيدة فى پولونيا . تأسست فى سنة ١٩٤٥ لتحل محل وكالة ب . أ ت[2] التى كانت تعمل قبل الحرب . و ب . أ . ب[3] وكالة رسمية مرتبطة ارتباطاً وثيقاً برئاسة مجلس الوزراء ولما كانت مصروفاتها تفوق كثيراً إيراداتها ، فإنها تتلقى إعانة مدرجة فى الميزانية . ولهذه الوكالة مراسلون خاصون فى برلين ولندن ونيويورك وموسكو ومراسلون يشتغلون نصف الوقت فى باريس وپراج وروما .

وقد تعاقدت مع وكالة تاس ورويتر ووكالة الأنباء الفرنسية التى توافيها بالأنباء الخارجية فى مقابل أخبار پولونيا .

ألمانيا

اختفت الصحافة فى ألمانيا عقب الحرب ؛ ذلك أن السلطات المختلفة قررت عدم السماح لأية صحيفة من صحف النازى التى

---

(١) Polska Agencia Prasowa
(٢) P. A. T.
(٣) P. A. P.

سممت الرأى العام ، بالظهور ثانية . وشيئاً فشيئاً صرحت هذه السلطات فى كل من المنطقتين المحتلتين لبعض الصحف بالظهور . ولكى تزود بالأخبار ، كان لابد من التفكير فى إعادة تكوين وكالة من وكالات الأنباء .

وكانت وكالة ولف [١] أكبر وكالة للأنباء فى ألمانيا فى عهد أسرة هوهنزولرن [٢] . فقد أسسها فى سنة ١٨٤٩ ألمانى يدعى برنار ولف . وفى سنة ١٨٦٥ أصبحت شركة توصية بالأسهم . وفى سنة ١٨٧٤ تحولت إلى شركة مساهمة . وهذا التطور المالى الأخير كان بوحى من الحكومة الألمانية فقد اتفق بسمارك مع شواباخ [٣] وبليخرودر [٤] ، من أصحاب المصارف الألمان ، ومالكى أسهم وكالة ولف ، على أن يكونا الواجهة التى تختبىء وراءها وزارة الخارجية الألمانية . وظلت هذه الوكالة تؤدى مهمتها فى إمداد الصحف الألمانية بالأخبار حتى قيام الوطنية الاشتراكية ، حينما تحولت وأصبحت تعرف باسم د ن.ب [٥] (مكتب الأنباء الألمانية) . وكانت الوكالة النازية الرئيسية للأنباء .

---

(١) Wolf
(٢) Hohenzollern
(٣) Schwabach
(٤) Bleichroder
(٥) D N. B. Deutsche Nachrichten Buro

واختفت هذه الوكالة بعد انكسار ألمانيا وحلت محلها فى الوقت الحاضر ، وفى كل من مناطق الاحتلال وكالة للأنباء تحت إشراف السلطات المحتلة .

ونظمت الحكومة العسكرية الفرنسية فى منطقة الاحتلال الفرنسى — بادىء الأمر — وكالة صغيرة اسمها (رينا[1]) ، تحولت بعد بضعة أشهر إلى شركة شرعية تخضع للقانون الألمانى واتخذت اسم (سودينا[2]) . وقد روعى فى تكوينها أن تكون الوكالات الفرنسية ممثلة فيها إلى جانب الصحف الألمانية . وتمد وكالة الأنباء الفرنسية هذه الوكالة بالجزء الأكبر من الأخبار . أما سائر الأخبار فتأتيها من الوكالات الألمانية الأخرى والأنباء المحلية والإذاعة . وتتقدم الوسائل الفنية لهذه الوكالة يوماً عن يوم . ويحل المحررون الألمان محل الفرنسيين مؤسسى الوكالة .

وإلى جانب هذه الوكالة يوجد مكتب للمقالات اسمه «كوسموس برسديفست[3]» هدفه مد الصحف بمقالات ألمانية حسب الطلب ، ويوميات يبعثها مراسلون من مختلف الجنسيات موزعون فى شتى أنحاء العالم .

---

(١) Rheina
(٢) Sudena
(٣) Kosmos Pressedienst

ولابد لوكالة (سو دينا) أن تكافح لتقف أمام منافسة الوكالات الألمانية الأخرى التى توجد فى مناطق احتلال الحلفاء . والتى غالباً ما تملك وسائل أفضل ، غير أنه بفضل مكتب كوسموس أصبحت الصحف الألمانية التى تصدر فى منطقة الاحتلال الفرنسى ، تطل على العالم الخارجى ، الشىء الذى كان ينقص الصحافة النازية .

وإن جودة مقالات الكوسموس التى اعترفت بها المناطق الأخرى أكسبت هذه الوكالة نفوذاً وعملاء يعتد بهم .

وتذيع محطات الإذاعة أخبارها أيضاً على الجمهور بواسطة شبكة إذاعة سودفيستفنك[١] التى تعتبر اليوم من خيرة الإذاعات فى ألمانيا .

ووكالات مناطق الاحتلال هى :

١ ــ وكالة دينا[٢] فى منطقة الاحتلال الأمريكى .

٢ ــ وكالة دتش برسدينست[٣] (د.ب.د) فى منطقة الاحتلال البريطانى .

---

(١) Sudwestfunk

(٢) Dena

(٣) Deutsche pressedienst

٣ ــ وكالة الليجمين دتش ناخريختنديئنست [١] (ا.د ن) في منطقة الاحتلال السوفيتي .

وتستخدم وكالة دينا اليوم ٧٥٠ موظفاً ، وتزودها الوكالة الأمريكية أنترناشيونال نيوز سرفيس ووكالة رويتر بلندن بالأخبار العالمية .

ولوكالة دينا قسم للصور يقدم للصحف أحدث الصور الإخبارية . وتذيع هذه الوكالة الأخبار أيضاً بواسطة الراديو .

---

(١) Allegmeine Deutsche Nachrichtenbienst

الفصل الثانى

صحافة الدول الكبرى

إن أخبار الوكالات لا تكون فى الغالب إلا جزءاً بسيطاً من المواد التى تنشرها الصحف ؛ إذ نجد إلى جانبها أخباراً من كل نوع ومقالات رأى ونقداً وقصصاً وروايات مسلسلة وصوراً وأسعار السوق المالية ومواد أخرى كثيرة كلها بعناوين وإخراج صحفى تضفى على الصحيفة طابعها الخاص . إن الاختلاف لكبير داخل حدود بلد واحد ، وهو أكبر بكثير إذا قارنا بين صحف الدول المختلفة حتى ولو كانت متجاورة ، ذلك أن المؤثرات التاريخية والمزاج الخاص لكل شعب تؤدى إلى هذا التنوع فى الصحافة المعاصرة فى الدول الكبرى .

١ ــ الصحافة البريطانية

ميزاتها العامة :

يقال إن لكل بلد الصحافة التى يستحقها ، والصحافة الانجليزية تعكس(*) الضمير السياسى الحاد ونزعة الاستقلال وحاسة

(*) هذا القول مشكوك فى مدى صحته . (المترجم)

العدالة عند سواد الشعب البريطانى ، كما تعكس أيضاً شعوره بالمسئولية .

وتحتل صناعة الصحافة المرتبة الثانية عشرة بين الصناعات البريطانية بالنسبة لأرباحها ؛ وأن أربعين إلى خمسين فى المائة من دخلها مصدره الإعلان .

والصحيفة الإنجليزية اليومية الكبرى هى فى وقتنا الحاضر ، مؤسسة صناعية متقدمة ، ذلك أن تكاليف إنتاجها مرتفعة جدا . ويقول البعض أنه لابد من إنفاق مليون أو مليونين من الجنيهات الاسترلينية فى السنة الواحدة ، ولعدة سنوات لنشر صحيفة يومية كبيرة فى انجلترا وإرساء قواعدها ، فليس من المستغرب إذن أن تستطيع شركات صناعية قوية أن تمتلك دون غيرها بعض الصحف الإنجليزية أو تحتفظ بإشرافها عليها .

وقد أتاح نمو التعليم لتسعة أعشار سكان الجزر البريطانية قراءة صحيفة كل يوم . ولما كانت الراحة الأسبوعية عادة متأصلة فى النفوس ، فإن الصحف اليومية الإنجليزية لاتظهر إلا ست مرات فى الأسبوع . وتظهر صبيحة يوم الأحد صحف أخرى تطبع فى اليوم السابق ، وقد أجريت مقارنة بين مجموع النسخ المطبوعة من الصحف الإنجليزية ومجموع السكان ، فظهر أنه يباع فى الأسبوع الواحد خمس وتسعون نسخة من الصحف لكل

مائة أسرة ، بينما يباع فى يوم الأحد مائة وثلاثون نسخة لكل مائة أسرة .

وبعد قوانين التعليم العام التى صدرت خلال النصف الأول من القرن التاسع عشر خلق قانون التعليم[١] الصادر فى سنة ١٨٧٠ الطبقات العميقة من القراء الذين عملت صحف أوائل القرن على جلبهم إليها . وقد نجح الأخوان هارمسورث[٢] (اللورد نورثكليف[٣] واللورد روزرمير[٤]) قبل غيرهما من مختلف المقلدين فى إمداد هذه الجماهير بصحف شعبية تتناسب مع مستوى ثقافتهم ، الأمر الذى جعل الشكل التقليدى للصحافة الإنجليزية يتغير تغيراً شاملاً فى الربع الأول من القرن العشرين .

وإن الاستقصاءات المختلفة التى أجريت لمعرفة ما يفضل الجمهور قراءته فى الصحف اليومية لمقلقة حقا . فقد اتضح أن أغلب القراء يفضلون الأخبار المختلفة والحوادث والنشرة الجوية وأخبار الجريمة والطلاق والأخبار المحلية الصغيرة على الأخبار الهامة التى تتعلق بالسياسة الداخلية أو السياسة الدولية

---

(١) Education Act
(٢) Harmsworth
(٣) Northcliff
(٤) Rothermere

ومع ذلك ، فإن الصحافة البريطانية تضم اليوم عدة جرائد تعتبر من الصحف الأحسن إخبارا وعناية والأرفع مستوى فى العالم .

ومن أهم مايميز الصحافة الإنجليزية حاسة الحرية ...! عندها .

لقد كانت حرية الصحافة بالنسبة لأجيال من المفكرين البريطانيين من الحريات الأساسية . غير أنها لم تنتصر تماما فى أواخر القرن الثامن عشر إلا بعد قرن من الكفاح الدموى فى بعض الأحيان ، واختفت الرقابة بعد ثورة سنة ١٦٨٨ ببضع سنين بفضل إلغاء قانون الترخيص فى سنة ١٦٩٥ حيث تقدمت الصحافة بسرعة . غير أنه أسئ استخدام هذه الحرية الجديدة فقد استغلت الصحافة الامتيازات والتسهيلات التى منحت لها وجاوزت حدودها ، فلم يقو أحد على إيقاف نزوات أصحاب الصحف ، ولا سوط الجلاد الذى حاولت السلطات استخدامه لردع مخالفاتهم الكثيرة ، وسرعان ما وضعت قوانين جديدة تحد من حرية الصحافة وخاصة ضريبة الدمغة التى صودق عليها فى سنة ١٧١٢ والتى حددت أول الأمر ببنس واحد لكل ورقة ثم زيدت بالتدريج .

وفى عام ١٧٧٢ فقط ، سمح للصحف بأن تنشر مناقشات

البرلمان ، ولم يسمح للصحفيين بدخول مجلس العموم لمتابعة مناقشاته إلا فى سنة ١٨٠٣ .

ويعتبر جون ولتر مؤسس صحيفة التايمز من أبرز المدافعين عن حرية الصحافة ، وقد حكم عليه فى سنة ١٨٧٠[1] بدفع غرامة قدرها خمسون جنيها لأنه نشر خبراً صحيحا مؤداه أن دوقات العائلة المالكة لم يكونوا صادقين فى التعبير عن سرورهم عندما ثاب الملك إلى رشده ، وزيادة على هذه الغرامة فقد حكم عليه بأن يربط إلى عمود فى الميدان العام وبأن يسجن سنة ، وحتم عليه عند خروجه أن يعطى ضمانا بحسن سلوكه لمدة سبعة أعوام .

ولم يكن قانون القذف الذى حوكم بمقتضاه جون ولتر دقيقا ، فقد كان يطبق حسب الأهواء . كان لابد إذن من انتظار قانون القذف الصادر فى سنة ١٧٩٢ الذى يهدف إلى ردع المطبوعات التى تفترى على الناس ، والذى يلغى عمليا القيود الأخيرة المفروضة على حرية الصحافة .

وبتشديد محاكمة مرتكبى جريمة القذف ، قدّس المشرّع الإنجليزى حرية الصحافة ، ومنذ ذلك التاريخ ، أصبح لأصحاب المطابع والكتاب ضمانات جدية لحرية العمل ؛ لأن القانون حدد

---

(١) هذا التاريخ خطأ وصحته ١٧٨٩ . (المترجم)

ما يؤاخذ عليه وشدّد العقوبة على المخالفات ، إلا أن الجميع من طابعين وصحفيين أصبحوا ينعمون بحرية أوسع مدى .

وقد ظلت الصحافة الإنجليزية دقيقة الحساسية فيما يتصل بحريتها وامتيازاتها . فالحوادث التى تقع من وقت لآخر فى مجلس العموم أو فى غيره تذكر السلطات بأن الصحفيين الإنجليز لا يقبلون بسهولة أى قيد ، مهما يكن صغيراً ، من شأنه أن يعيقهم عن مزاولة مهنتهم ، وحتى القيود التى فرضتها ضروريات الحرب ، فإنها لم تقبل إلا بعد أن أثارت الاحتجاجات .

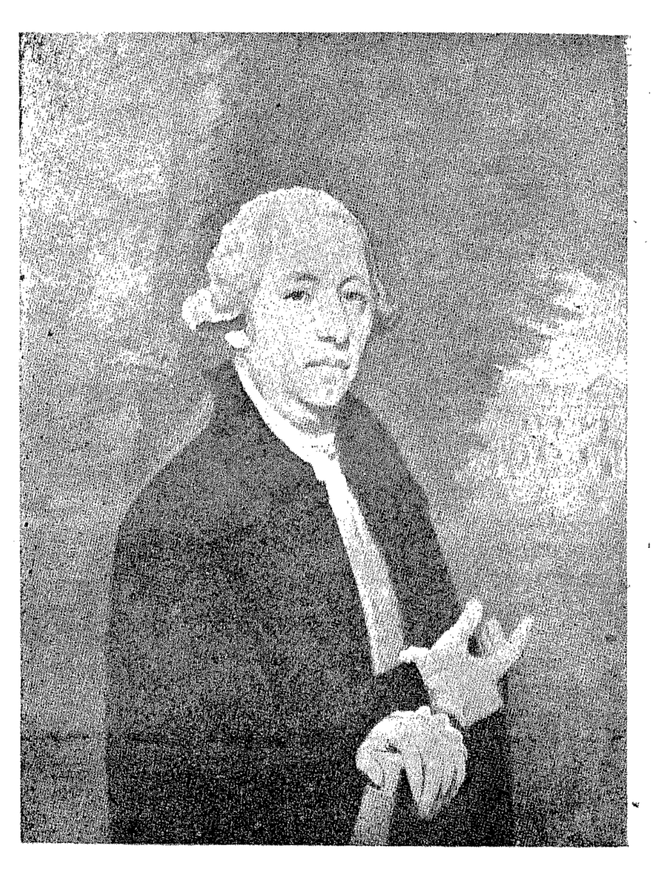
وخلال الحرب العالمية الأخيرة ، خول قانون الدفاع[١] لوزير الداخلية إلغاء كل صحيفة تنشر بانتظام مقالات أو أخبار من شأنها إثارة المعارضة ضد الاستمرار فى الحرب . وقد طبق هذا القانون مرتين فقط ، الأولى على الصحيفة الشيوعية الديلى ووركر[٢] التى عطلت ، والثانية على الديلى ميرور[٣] التى أنذرت . وفى كلتا الحالتين أثار تطبيق هذا القانون معارضة شديدة من قبل الصحافة البريطانية فى مجموعها .

---

(١) Défense régulation

(٢) The Daily Worker

(٣) The Daily Mirror



جون ولتر الأول مؤسس صحيفة التايمز

التبعية السياسية :

ليس لعدد كبير من الصحف الإنجليزية المعاصرة تبعية سياسية رسمية . إنها تظهر على أنها مستقلة ، وأى تحليل لتوزيع الصحافة البريطانية واتجاهاتها لا يتيح لنا أن نتبين بدقة انعكاس الرأى العام فيما يتعلق بالسياسة . ذلك أن القراء يشترون صحيفة من الصحف لأسباب لا شأن لها بالسياسة إطلاقا . فبعضهم يعلل تفضيله لصحيفة ما لأنها تعطى موجزا سريعا وواضحا للأخبار ، أو لأن بها أخباراً تجارية ورياضية أو لأنها مكتوبة جيداً أو لأنها مسلية . ومع ذلك فإن هناك صحفا تشذ عن القاعدة وأشهرها الديلى هيرالد[1] التى تنطق رسميا بلسان حزب العمال والديلى وركر الصحيفة الشيوعية ، وحتى النيوز كرونيكل[2] صحيفة الأحرار ؛ وهى صحف يشتريها عدد كبير من القراء لمقالاتها السياسية . وهكذا نجد أن قول اللورد برنهام[3] قريب جدا من الحقيقة حين يعلن « إن أغلب الصحف الإنجليزية تشبه نساء ويست إند[4] الأنيقات اللاتى يحفلن بمظهرهن أكثر من احتفالهن بأخلاقهن » .

---

(١) The Daily Herald
(٢) The News Chronicle
(٣) Lord Burnham
(٤) West-End

فاقتناص القراء يفرض على المديرين والمحررين جهوداً ومواهب لا علاقة لها بالسياسة .

ومع ذلك فإن الصحف العديدة التي تجتهد ليكون لهـا تأثير سياسي ظاهر ، يمكن تقسيمها جملة على الوجه الآتي :

٦٠ ٪ محافظة ، ٣٠ ٪ عمالية ، ١٠ ٪ حرة .

غير أن تأثير هذه الصحف على التوجيه السياسي للبلاد لا يتناسب مع توزيعها . ففي الانتخابات العامة التي أجريت في يوليه عام ١٩٤٥ كانت ثلاثة أرباع الصحف البريطانية معارضة لحزب العمال ؛ الشيء الذي لم يحل بينه وبين أغلبية كبيرة من الأصوات .

ذلك أن في انجلترا — كما في معظم البلاد — لم تعد الصحافة مرآة صادقة لرأي البلد ، فالإذاعة تنافسها في تأثيرها على العقول تأثيراً كبيراً .

وفضلا عن ذلك فإن أزمة الورق في انجلترا ساهمت في تجميد الصحافة البريطانية خلال السنوات الأخيرة ، فتوقف استيراد الورق أو عجينته من وراء البحار أثناء الحرب وقلة العملات الأجنبية فرضت على الصحف البريطانيـة قيوداً ثقيلة ؛ وأن الاستهلاك السنوي لورق الصحف في بريطانيا ، الذي كان يزيد في سنة ١٩٣٩ على ١٫٢٠٠٫٠٠٠ طن انخفض أثناء الحرب إلى

الربع ؛ فوصل فى سنة ١٩٤٤ إلى ٢٨١٫٠٠٠ طن فقط . وازداد قليلا فى سنة ١٩٤٥ (٣٠٧٫٠٠٠ طن) وفى سنة ١٩٤٦ (٣٧٤٫٠٠٠ طن) ومنذ سنة ١٩٤٨ أصبح الاستهلاك فى ازدياد محسوس .

وإن أنصبة الصحف من هذا الورق الذى وضع تحت تصرفها قد اضطرها إلى التخفيض من عدد صفحاتها . غير أنها لكى تقدم لقرائها أكثر ما يمكن من الأخبار ومن المواد التحريرية ، قررت إبطال المرتجع ؛ فحددت النسخ المطبوعة ، وطلبت من القراء أن يشتروا صحفهم دائماً من البائع نفسه ، أما القارىء الطارىء فإنه كان يصادف صعوبة كبيرة فى حصوله على الصحيفة .

وبعد عقد الهدنة ببضعة أشهر ، زادت حكومة العمال بعض الشىء أنصبة الورق التى وضعتها تحت تصرف الصحف ؛ فرفعت الأخيرة عدد نسخها المطبوعة . ورأت بعض الصحف مبيعاتها تقفز قفزات رائعة إلى الأمام . ففى أسبوع واحد زادت مبيعات الصحف اللندنيـــة مليوناً ونصف مليون نسخة ؛ نالت منها الديلى اكسبريس ٣٠٠٫٠٠٠ والديلى ميرور ٦٠٠٫٠٠٠ والديلى هيرالد ١٠٠٫٠٠٠ والديلى ميل ١٢٥٫٠٠٠ والنيوز كرونيكل ١٥٠٫٠٠٠ . وعلى أى حال فقد ظلت هذه الزيادة فى التوزيع محددة بالقيد المفروض على الصحف بألا تتجاوز مجموع الطلبات الثابتة التى تحتاج إليها أكشاك البيع وشركات التوزيع ، وظل نظام

عدم قبول المرتجع معمولا به . ولأول مرة منذ عدة سنين ، أصبح في استطاعة الإنجليز أن يطلبوا الصحيفة التي يختارونها .

وقد سجلت الصحافة اللندنية تقدما إجماليا بلغ ستمائة وخمس وعشرين ألف نسخة في الصحف المعروفة بأنها محافظة وثمانمائة وخمس وأربعين ألفاً في الصحف اليسارية . فهل كانت حكومة العمال ترمى من وراء فك هذا القيد المؤقت على ورق الصحف ، إلى محاباة الصحف الموالية لسياستها ؟ ذلك ما ادعاه أعداؤها . إلا أن اتجاه قراء الصحف نحو اليسار لم يكن بالقوة التي كانت متوقعة منه بعد الانتخابات العامة التي أتت في مصلحة العمال . فهل يجب إذن إيجاد تعليل لهذه الظاهرة في بناء الصحافة البريطانية نفسها ؟ ربما .

الاحتكار :

يتبع عدد كبير من الصحف البريطانية مجموعات مالية قوية ، تنشر نفوذها في أنحاء البلاد بفضل « سلاسل الصحف » التي تشرف عليها . غير أن بعضاً من الصحف الأكثر ذيوعاً ظلت ملكا لعائلات . ولم تعد كما كان الحال في الماضي ملكا مباشراً لفرد واحد أو لعدة أفراد . فأصبحت الآن من الناحية القانونية ملكا لشركات كبيرة تقع تحت سيطرة أسرة واحدة .

ويمكن أن نقرن صحفاً كثيرة ببعض الأسر المشهورة فى انجلترا، مثل أسرة كادبورى[١] صاحبة النيوز كرونيكل[٢] وأسرة بيفربروك[٣] صاحبة الديلى اكسبريس[٤] .. الخ.

ومن المتفق عليه أن هناك خمس مجموعات كبيرة من الصحف الإنجليزية، هى :

١ — مجموعة الديلى ميل أو مجموعة هارمسورث[٥] : وهذه المجموعة تشرف بواسطة الشركة المتحدة للصحف[٦] التى يرأسها اللورد روذرمير، على ثلاث صحف لندنية وعشر صحف إقليمية وثمانى مجلات أسبوعية. وأهم هذه الصحف ما يصدر منها فى لندن كالديلى ميل[٧] الصباحية والإيفننج نيوز[٨] المسائية والسنداى ديسباتش[٩] التى تصدر يوم الأحد.

(١) صاحبة مصانع الشكولاتة المعروفة.
(٢) News Chronicle
(٣) Beaverbrook
(٤) Daily Express
(٥) Harmsworth
(٦) Assoiated Newspapers Ltd.
(٧) Daily Mail
(٨) Evening News
(٩) Sunday Dispatch

وتشرف هذه الشركة أيضاً على شركة أخرى لصناعة عجينة الورق والورق ، وتمون صحف المجموعة وغيرها من صحف المجموعات الأخرى . وهي شركة الأنجـلو نيو فاوندلاند ديفيلوبمنت[١] القوية . إنها تغرى على تجمع رأسى .

٢ — مجموعة برى[٢] أو مجموعة كمسلى[٣] . وتتألف من الصحف التي يمتلكها الأخوان برى وهما اللورد كامروز[٤] (صاحب الديلى تلجراف والفاينانشيال تايمز)[٥] واللورد كمسلى (صاحب الديلى سكتش والسنداى تايمز[٦]) . ويبلغ مجموع صحفهما خمس جرائد لندنية وثلاث عشرة جريدة إقليمية ، وأغلب صحف هذه المجموعة من الصحف الإنجليزية شديدة المحافظة .

٣ — مجموعة ويست منستر برس نيوز بيبرز[٧] . ويسيطر

---

(١) Anglo-Newfoundland Development Co.
(٢) Berry
(٣) Kemsley
(٤) Camrose
(٥) Daily Telegraph-Financial Times
(٦) Daily Sketch
(٧) Westminster press Newspapers

على هذه المجموعة عائلتان ، هما الـكاودريز[١] والراونتريز[٢] .
وتضم ثلاث عشرة صحيفة يومية إقليمية واثنتين وعشرين صحيفة أسبوعية .

٤ ـــ مجموعة پروفنشيال نيوز پيپرز ليمتد[٣] : وتضم أربع صحف مسائية إقليمية وسبع صحف أسبوعية .

٥ ـــ مجموعة بيفر بروك[٤] (لندن إكسبريس نيوز پيپرز ليمتد)[٥] : وتتألف من ثلاث صحف لندنية وصحيفتين إقليميتين .
ويوجد أيضا عدة مجموعات صغيرة تشرف على صحف ذات نفوذ محلى وخلاصة القول ، فإن هناك مايزيد على المائة صحيفة (بعضها من الصحف البالغة القوة) تسيطر عليها بعض الشركات الكبرى .

وقد أفسح هذا الوضع المجال للتشهير مرارا بالصحافة الإنجليزية .
فادعى بعض ذوى الأفكار المتقدمة أن هذه الصحافة الإنجليزية لعبة فى أيدى حفنة من الرأسماليين ، حتى أن الاتحاد القومى للصحفيين ، وهو أحد الاتحادين القوميين للصحافة الإنجليزية ،

---

(١) Cowdrays
(٢) Rowntrees
(٣) Provincial Newspapers Ltd
(٤) Beaver brook
(٥) London Express nwspapers Ltd.

طلب من البرلمان ، غداة الحرب ، أن يبحث فى أمر ملكية الصحف البريطانية وطريقة الإشراف عليها . وبعد بضعة أشهر وافق مجلس العموم على قرار يستنكر فيه « اتجاه مديرى الصحف نحو الاحتكار » ، واقترح تأليف لجنة ملكية يعهد إليها التحقيق فى « تمويل الصحف والإشراف عليها وإدارتها وملكيتها » .

وتألفت هذه اللجنة فى سنة ١٩٤٧ برياسة سير ديفيدروس (١) ، وكانت تضم رجال قانون وأساتذة وأحد رجال الدين وأحد أعضاء نقابة الصحفيين واثنين فقط من الصحفيين . وبعد أن عقدت اللجنة إحدى وستين جلسة عامة وسألت أكثر من مائة وخمسة وسبعين شخصا من ذوى الأهلية ، وضعت فى شهر يونيه سنة ١٩٤٧ تقريراً مطولا تضمن نتائج لم تكن فى الحسبان .

فأشار التقرير إلى أن الانتقادات التى وجهها الاتحاد القومى للصحفيين كانت على غير أساس ، لأن البراهين التى قدمها انهارت بعد البحث . وصرح هذا التقرير بأنه « من تحليل الاحصاءات التى رفعت إلينا ، لم يظهر شىء يشبه ما يسمى بالاحتكار المالى للصحافة وأنه لا يوجد فى الوقت الحاضر أى اتجاه ظاهر فى هذه الناحية . حقيقة أنه يوجد تركيز هام لرؤوس الأموال فى

---

(١) David Ross

« مجموعات » الصحف غير أن هذا التركيز موزع فى الواقع بين خمس مؤسسات ، أكثر من واحدة منها أقل أهمية ماليا من عدة مؤسسات مستقلة . . . وفيما عدا صحيفتين يمكن تعليل عدم نجاحهما بأسباب أخرى ، لم تتوقف عن الصدور منذ سنة ١٩٣٢ صحيفة يومية مستقلة واحدة تنافس صحيفة تابعة لسلسلة من هذه السلاسل ».

فلا وجه للافتراض إذاً أن الصحافة واقعة تحت ضغط مصالح خفية مفسدة . كذلك لم تكتشف اللجنة أى ضغط من قبل المؤسسات الإعلانية .

رجحان كفة الصحافة اللندنية :

تتمتع بعض الصحف الإقليمية الإنجليزية بشهرة تتعدى حدود الامبراطورية البريطانية . مثال ذلك صحيفة الأحرار المانشستر جارديان ، وغيرها من الصحف التى تتمتع بنفوذ سياسى كبير كل فى منطقتها ، إلا أن لشهرتها حدودا جغرافية أضيق .

غير أن لصحف لندن الهامة دون غيرها ، حقلا للعمل أوسع مدى ، يدل على ذلك توزيعها الضخم .

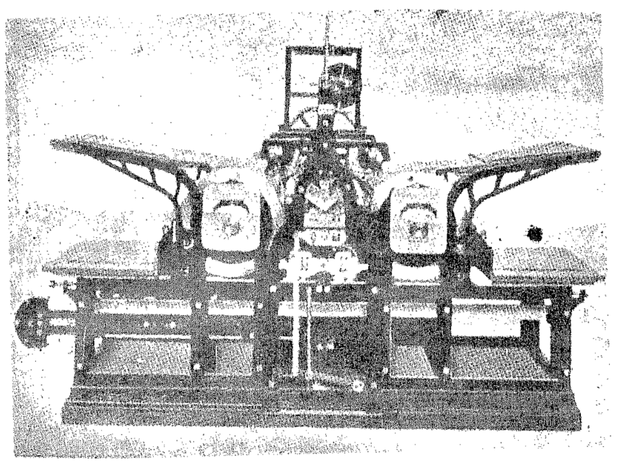
ويسهل علينا أن ندرك أن صحف الأحد التى تصدر فى لندن ، تنتشر خلال الجزر البريطانية كلها حيث الراحة الأسبوعية

للصحافة محتمة على الجميع . فيصل توزيع هذه الصحف إلى عدة ملايين من النسخ ، وتطبع النيوز أوف ذى ورلد[١] أكثر من سبعة ملايين نسخة وذى بيبول[٢] ما يقرب من خمسة ملايين نسخة ، بينما تخرج السنداى بكتوريال[٣] أربعة ملايين تقريبا والسنداى اكسبريس[٤] مليونين وخمسمائة ألف نسخة . . الخ .

وانتشار بعض الصحف اليومية جدير هنا بكل اهتمام . ذلك أن صحفا ذات طابع راق ومعدة للنخبة ، مثل التايمز ، لا يصل توزيعها إلى ثلاثمائة ألف نسخة على الرغم من أنها تقرؤ فى أنحاء الامبراطورية كلها بينما تجد بعض كبريات صحف لندن الشعبية ملايين القراء داخل حدود البلاد ، ويصل توزيعها حدا يدعو إلى الدهشة . فمثلا الديلى اكسبريس والديلى ميرور توزع كل منهما أربعة ملايين نسخة وتوزع كل من الديلى ميل والديلى هيرالد بين المليونين والثلاثة ملايين نسخة ، والديلى تلجراف والنيوز كرونيكل والإيفننج نيوز والستار وغيرها توزع أكثر من مليون نسخة .

---

(١) News of the World
(٢) The people
(٣) Sunday pictorial
(٤) Sunday Express



آلة طباعة ذات أداء مزدوج تدور بالبخار . إستخدمتها صحيفة التايمز فى نوفمبر سنة ١٨١٤ . من اختراع كونج وبوير

ولهذا التوزيع الضخم أسباب ثلاثة :

أولا : وجود تجانس يتزايد يوما بعد يوم بين سكان الجزر البريطانية . فالانجليزى على الرغم من تعلقه بإقليمه ، يحب أن يعرف شيئا عما يكتب ويقرؤ ويدور فيه التفكير فى العاصمة ، وقد كانت صحف لندن أسرع من صحف الأقاليم حين بدأت تقدم للقراء متنوعات عدة سهلة القراءة وتحقيقات صحفية ولونا من الأخبار لا علاقة لها بالسياسة أو الموضوعات الخطيرة .

ثانيا : قلة اتساع الأراضى البريطانية وسرعة وسائل المواصلات ، لاسيما شبكة السكك الحديدية أتاح لصحف لندن الصباحية أن تبيع طبعاتها الأولى فى نفس الوقت الذى توزع فيه صحف الأقاليم . وقد لجأت بعض هذه الصحف (الديلى ميل مثلا)، كسبا للوقت، إلى إخراج طبعة خاصة فى إحدى مدن الأقاليم (مانشستر أو ليفربول مثلا) بنفس قوالب الصفحات الداخلية المجموعة فى لندن ، وإلى نشر آخر الأنباء المرسلة بالبرق بنفس العناوين وبنفس الأنماط وفى عين المكان تقريبا الذى تنشر فيه فى طبعة لندن . .

ثالثا : توجد فى الصحف الانجليزية إعلانات عامة تفوق كثيرا الإعلانات المحلية . وإننا نذكر القارىء هنا بأن الإعلانات العامة هى تلك التى تختص بسلع تباع فى الدولة كلها بنفس الاسم وبنفس

الثمن كالشكولاتة والسيارات والكتب . أما الإعلانات المحلية فتختص بالسلعة التى لا يمكن الحصول عليها إلا فى مكان معين . فالإعلان عن مسرح أو مطعم ، إعلان محلى فى جوهره ، وبقدر ما يزداد قراء صحف لندن فى الأقاليم بقدر ماتزداد طلبات الإعلانات العامة فيها . ولولا تضخم الإعلانات العامة فى الصحف اللندنية فى الوقت الذى انطلق فيه مديروها يبحثون عن قراء فى الأقاليم ، لما تمكنت هذه الصحف من الانتشار فى أنحاء الجزر البريطانية .

وانتشار صحف لندن الصباحية فى الأقاليم يفسر السبب الذى من أجله يبلغ مجموع ما توزعه هذه الصحف خمسة عشر مليونا وخمسمائة ألف نسخة فى اليوم، بينما لا يتجاوز توزيع صحف لندن المسائية التى ليس لها سوق فى الأقاليم ، ثلاثة ملايين وخمسمائة ألف نسخة . والعكس صحيح فى مدن الأقاليم ، إذ أن صحف المساء المحلية التى لا تعانى منافسة لندن بنفس الدرجة ، تفوق صحف الصباح من حيث التوزيع

وهناك عدة صحف جديرة بأن تدرس على انفراد ، مثل الديلى ميل التى لا يذكر اسمها إلا مقرونا باسم مؤسسها الفريد هارمسورث الذى كثيرا مايلقب بنابليون الصحافة ولكننا

نكتفى هنا لضيق المقام بذكر اللندن تايمز أكثر الصحف الإنجليزية شهرة وتقديرا بلا شك .

ولهذه الصحيفة طبعة أسـبوعية تتضمن مقالتها الهامة وافتتاحياتها التى نشرت خلال الأسبوع وترسل هذه الطبعة إلى المشتركين فى أقاصى المعمورة . وهى الرباط الصحفى الوحيد بين بريطانيا والامبراطورية .

وقد جعل منها تاريخها المجيد وجودة أخبارها وافتتاحياتها نموذجا صحفيا للعالم كله . وفى عام ١٩٠٨ آلت هذه الصحيفة إلى اللورد نورثكليف بعد حياة مشرفة دامت أكثر من مائة عام . وأبدى كثير من الإنجليز أسفهم على خضوع مثل هذه الصحيفة المحترمة لإدارة شخص صادفه نجاح صحفى أكيد ، ولكنه وجه الصحافة الإنجليزية وجهة تجارية مؤسفة . وعندما اشتراها المنورابل ج . ج أستور[1] ، بعد وفاة اللورد نورثكليف فى سنة ١٩٢٢ ، وأدخل فى مجلس إدارتها فى سنة ١٩٢٤ چون ولتر من سلالة أسرة ولتر مؤسسة الصحيفة وأحد أفرادها الأحياء ، ليحافظ على التقاليد التى استنتها لنفسها ، استقبل هؤلاء الآسفون الخبر راضين . ودخل فى نفس الوقت كأعضاء فى مجلس إدارة

---

(١) J. J. Astor

«التايمز هولدنج كامبانى[١]» رئيس محكمة النقض[٢] فى انجلترا ومدير «أول سولز كولدج[٣]» وهى أهم كليات جامعة أكسفورد، ورئيس الجمعية الملكية، ورئيس معهد الخبراء المحاسبين، ومحافظ بنك انجلترا. إن وجود هذه الشخصيات التى تمثل أرفع المنظمات الإنجليزية على رأس الصحيفة يضمن استقلالها التام عن الدولة من جهة، وعن المؤسسات المالية الكبرى من جهة أخرى، ويجعل من التايمز آخر الأمر مؤسسة قومية حقيقية. ويجدر بنا أن نذكر أن المثل الذى أعطته التايمز كان مُعدٍ. فقد أعطيت ضمانات مماثلة لعدد كبير من الصحف الانجليزية كالمانشستر جارديان والسبكتيتور وأخيراً الأوبزرفر.

الصحفيون الانجليز:

تتمتع الصحافة فى انجلترا بصيت كبير، بفضل اتساع أفق مديريها من ناحية وكفاية الصحفيين من ناحية أخرى. ويبلغ عدد أعضاء اتحاد الصحفيين القومى سبعة آلاف، من بينهم ثلاثة آلاف ينتمون إلى رابطة الصحفيين[٤] التى تضم رؤساء

---

(١) Times Holding Company

(٢) Lord Chief Justice

(٣) All Souls College

(٤) Institute of journalists

التحرير وأصحاب الصحف وصغار المحررين دون تفرقة. أما الاتحاد، فلكونه عضوا فى اتحاد المطابع والصناعات المعاونة، فإنه على وجه الخصوص أداة للدفاع عن المستخدمين فى خلافاتهم مع الإدارة. إلا أن كلتا الهيئتين تعملان على رفع مستوى المهنة. والصحفى الإنجليزى ذو نزاهة مطلقة[1] ..! وهو مزود إلى جانب ذلك بثقافة واسعة ويهتم دائما بالموضوعية التى لا يشوبها أحيانا سوى وطنية حادة تضاعف من ثقة القراء الإنجليز فيه. وإن نوع التحقيقات الصحفية لاسيما التحقيقات الخارجية لتفوق مثيلاتها فى صحف العالم.

٢ ـ الصحافة الأمريكية

مميزاتها العامة :

كان الأمريكى العادى فيما بين الحربين العالميتين يستعمل لاحتياجاته المختلفة كمية من الورق تتراوح بين ٦٥ و ٧٠ كيلوجراما، بينما كان الإنجليزى يستعمل ٣٢ كيلوجراما والألمانى ٢٠ واليابانى ٥ والروسى أقل من ذلك أيضا. وكانت نسبة ورق الصحف من استهلاك الأمريكى حوالى الثلث أى ما زنته ٢٢ كيلوجراما.

---

(١) هذا قول مشكوك فى صحته. (المترجم)

ولا يوجد في العالم بلد له عدد من الصحف أكبر وأغزر وأكثر تطورا صناعيا من صحافة الولايات المتحدة ، حيث يوجد بها أكثر من ١٧٠٠[1] صحيفة يومية يبلغ مجموع نسخها ٤٤ مليونا في اليوم الواحد . ويظهر في الصباح ٤٠٠ جريدة يومية فقط يقرأها سبعة عشر مليونا . أما صحف الأحد ، وجميعها تصدر إما عن صحيفة صباحية وإما عن صحيفة مسائية ، فإن عددها يبلغ ٤٧٧ ، ومجموع نسخها ٤٨ مليونا .

لماذا تصدر الجرائد اليومية الأمريكية في المساء بوجه خاص؟ لأن صحف المساء هي التي يحملها القارىء إلى منزله حيث لا يقرأها الرجل فحسب بل الزوجة أيضا. ولما كانت الزوجة هي التي تتصرف في ميزانية الأسرة ، فإن الإعلانات تزيد فائدتها عندما تنشر في صحف المساء التي تظل في المنزل . ولهذا يفضل المعلنون نشر إعلاناتهم في صحف المساء .

ويبلغ عدد الجرائد اليومية التي يتراوح توزيعها اليومي بين عشرة آلاف ومليون نسخة أكثر من مائة صحيفة . وقبل الحرب كان متوسط عدد صفحات كل صحيفة يزيد توزيعها على مائة ألف نسخة، ٢٧ صفحة وانخفض هذا العدد إلى ٢٣ في سنة ١٩٤٤ بسبب القيود

---

(١) وصلت الآن إلى ٢٠٠٠ صحيفة . (المترجم)

التى فرضت على استهلاك الورق . ويتراوح عدد صفحات بعض صحف الأحد بين ستين ومائة صفحة .

ولابد لإصدار صحف بهذه الضخامة من عتاد صناعى هائل ، يتبعه دون شك ارتفاع فى تكاليف التحرير والإخراج . وتقدر تكاليف نشر صحيفة يومية كبرى ، فى الوقت الحالى ، بخمسة ملايين من الدولارات على أقل تقدير ، حتى ولو كان إنشاؤها فى مدينة يقل عدد سكانها عن ١٠٠و٠٠٠ نسمة . وقبل الحرب ، كان وليام ألين هوايت[1] المدير السابق لجازيت امبوريا[2] ، وهى مدينة صغيرة فى ولاية كانساس ، يرى أنه لابد من صرف ١٠ دولارات عن كل ساكن لمنافسة صحيفة مستقرة فى مجتمع ريفى . أما اليوم فإن الشركات القوية وحدها هى التى تستطيع أن تشترى أو تنشر صحيفة هامة . وفى سنه ١٩٢٥ بيعت صحيفة شيكاجو ديلى نيوز[3] بمبلغ ١٣و٦٠٠,٠٠٠ دولار. وفى سنة ١٩٢٦ بيعت صحيفة كنساس سيتى ستار[4] بمبلغ ١١٠و٠٠و٠٠٠ دولار . فالصحافة الأمريكية إذن هى أكمل نموذج للصحافة الرأسمالية .

---

(١) Willam Allen White

(٢) Emporia

(٣) Chicago Daily News

(٤) Kansas City Star

وتمثل الإعلانات مكانا هاما فى الصحف الأمريكية ، حيث تشغل فى أغلب الأحيان مساحة تتراوح بين الخمسين والخمسة والسبعين فى المائة من صفحاتها . ومتوسط مساحتها فى مجموع الصحف الأمريكية يساوى ٥١,٣٠ فى المائة وتبلغ حصيلة هذه الإعلانات رقما يدعو إلى الدهشة ، حيث تجاوز فى سنة ١٩١٦ ٢٧٥,٠٠٠,٠٠٠ دولار فى الصحف التى تصدر باللغة الانجليزية ، وبلغت ٨٦٠,٠٠٠,٠٠٠ دولار فى سنة ١٩٢٩ التى حدثت فيها الأزمة المالية ، ثم هبطت فى السنوات التالية إلى ٥ ملايين دولار وأخذت فى الصعود بعد ذلك حتى وصلت إلى ٦٠٠ مليون دولار . واضطرت الصحف نظرا للقيود التى فرضت على الورق أثناء الحرب العالمية الأخيرة ، إلى تخفيض نسبة الاعلانات بمقدار ٢٠ ٪ . ومع ذلك فانه فى سنة ١٩٤٤ لم تنخفض حصيلة [1] الاعلانات فى بعض الصحف اليومية التى تصدر فى ٥٢ مدينة من المدن المعتبرة ، إلا بمقدار ٢,٥ ٪ .

والصحف الأمريكية ، على عكس الصحف الانجليزية ، لها أغلبية من المعلنين المحليين الذين يرفضون أن يدفعوا ثمن نسخ لا تصل إلى زبائنهم . ولذلك يندر أن نجد جرائد يومية تباع فى كل أنحاء الولايات المتحدة ، يستثنى من ذلك النيويورك تايمز [2]

(١) وصلت حصيلة الإعلانات فى سنة ١٩٥٠ إلى ٢٢٠٣ مليون دولار .

(٢) New York Times

والكريستيان سايذس مونيتور[1] . فالصحف التي تصدر في نيويورك تباع في منطقة نيويورك ، وصحف شيكاجو تباع في الغرب الأوسط[2] ، وصحف سان فرانسيسكو أولوس انجلوس لا تتعدى منطقة المحيط الهادى وهكذا ... ومن أجل ذلك لا يصل توزيع جرائد الولايات المتحدة اليومية الكبرى توزيع صحف لندن الضخم باستثناء صحيفة الديلى نيوز التى تصدر فى نيويورك . ولتوضيح هذه الحقائق ، نورد فيما يلى بيانا تقريبيا لتوزيع بعض الصحف اليومية المشهورة فى الولايات المتحدة :

اسم الصحيفة		عدد نسخها
نيويورك تايمز	New York Times	٤٠٠ر٠٠٠
نيويورك هيرالد تريبيون	New York Herald Tribune	٣٠٠ر٠٠٠
نيويورك أميريكان	New York American	٥٩٥ر٠٠٠
نيويورك ديلى نيوز	New York Daily News	٢،٠٠٠،٠٠٠
نيويورك سن	New York Sun	٢٦٠ر٠٠٠
نيويورك ورلد تلجرام	New York World Telegram	٣٧٠ر٠٠٠
شيكاجو تريبيون	Chicago Tribune	٩٦٠ر٠٠٠
شيكاجو ديلى نيوز	Chicago Daily News	٤٢٥ر٠٠٠

(١) Cristian hScience Monitor
(٢) Middle West

اسم الصحيفة		عدد نسخها
بلتيمور سن	Baltimore Sun	٣٥٠ر٠٠٠
كليفلاند بلين ديلار	Cleveland Plain Dealer	٢٢٠ر٠٠٠
سانت لويس بوست ديسباتش	St. Louis Post Dispatch	٢٦٤ر٠٠٠
سان فرانسيسكو كرونيكل	San Francisco Chronicle	١٤٥ر٠٠٠
لوس إنجلز تايمز	Los Angeles Times	٣١٠ر٠٠٠
كانساس سيتى ستار	Kansas City Star	٦٦٦ر٠٠٠
واشنجتون بوست	Washington Post	١٥٥ر٠٠٠
واشنجتون ستار	Washington Star	١٩٢ر٠٠٠

ولابد أن نذكر على حدة الصحف التى تخاطب الزنوج بنوع خاص والتى يصدر أغلبها أسبوعيا أو مرتين فى الأسبوع مثل شيكاجو ديفندر [١] التى توزع ٩٧,٠٠٠ نسخة ، وصحيفة بلتيمور أفروأميريكان [٢] التى توزع ٥٣,٠٠٠ ، وامستردام نيوز [٣] التى توزع ٧٠,٠٠٠ . إلا أن أغلب السود يقرأون نفس الصحف التى يقرأها البيض .

ويبلغ عدد الصحف الأمريكية التى تصدر بلغات أجنبية ٩٥

(١) Chicago Defender
(٢) Baltimore Afro-American
(٣) Amesterdam News

صحيفة يومية ، يقدر توزيعها بـ ٠٠٠,٨٠٠,١ نسخة و٩٨٤ صحيفة أسبوعية توزع أكثر من أربعة ملايين نسخة . وتصدر هذه الصحف بتسع وثلاثين لغة مختلفة .

التطور التاريخى :

كانت الجرائد اليومية خلال الجزء الأكبر من القرن التاسع عشر صحفا سياسية فى جوهرها ، تخاطب جمهورا محدودا من القراء . ولكى تصل إلى عدد أكبر ، اجترأ بعض الصحفيين كما حدث فى أوروبا من قبل ، على جعل صحفهم أكثر تنوعا وحيوية من ناحية ، وعلى تخفيض ثمن بيعها من ناحية أخرى . وكان جيمس جوردن بنيت[١] ، الذى أسس صحيفة نيويورك هيرالد[٢] عام ١٨٣٥ ، أول من أدخل بابى المال والمجتمع فى الصحافة الأمريكية . وضرب بحياء ذلك العصر عرض الحائط حينما بدأ ينشر التقريرات الصحفية الواقعية . وخفض ثمن صحيفته إلى ٢ سنت .

وردا على الطابع المثير الذى اتخذته صحيفة الهيرالد ، أسس هوراس جريلى[٣] سنة ١٨٤١ صحيفة نيويورك تريبيون[٤]

---

(١) James Gorden Bennet
(٢) New York Herald
(٣) Horace Greely
(٤) New York Tribune

وأضفى عليها طابعا أكثر تحفظا . وأيد فى افتتاحياته قضية البائسين والعاطلين وطالب بتحسين أحوالهم . وكان للحملات التى شنها على الرق دوى هائل . ومن أهم العوامل التى ساعدت على انتشار صحيفته ثمنها الذى بلغ سنتا واحدا . وبعد تقلبات مختلفة اشترت صحيفة النيويورك تريبون فى سنة ١٩٢٤ صحيفة الهيرالد بطبعتها الباريسية . وتصدر الصحيفة الآن باسم نيويورك هيرالد تريبون[١] .

وساعدت حرب المكسيك (١٨٤٦ — ١٨٤٨) ثم الحرب الأهلية (١٨٦٠ — ١٨٦٦) على تنمية حاسة الاستعلام عند الشعب الأمريكى ودأبت الصحف على صرف مبالغ طائلة للحصول على أخبار الحرب بسرعة . غير أن العامل الرئيسى فى تطور الصحافة الأمريكية خلال القرن التاسع عشر، هو نمو الإعلان فإن حاجة المؤسسات التجارية فى هذا البلد الجديد إلى تعريف الجمهور بوجودها وإلى إطراد أصنافها التى ترغب في بيعها ، لأشد من حاجة البلدان الأوروبية القديمة إلى ذلك . وحتى حوالى سنة ١٩٣٠ إزدادت الإعلانات المنشورة فى الصفحات الخارجية زيادة كبرى وكانت المحال التجارية الكبيرة أول من نشر إعلانات تغطى صفحة

---

(١) New York Herald Tribune

بأكملها . وكان مدير سرك برنام[١] من رواد الإعلان الضخم المتألق الصاخب .

وفى حوالى نهاية القرن التاسع عشر اتجهت الصحافة الأمريكية اتجاها جديدا بوحى من مهاجر مجرى يدعى جوزيف بلتزر[٢] . فقد قام بحملات صحفية مدوية فى أعمدة الأخبار وفى صفحاته الافتتاحية . ونشر فى صحيفة سانت لويس بوست دسباتش[٣] ، ثم فى صحيفة النيويورك ورلد[٤] ، إلى جانب الأخبار السياسية الوفيرة والدقيقة ، أبوابا جديدة أهمها باب الرياضة ، والتقارير الصحفية المثيرة والصور الكثيرة .

وقد بدأ وليام راندولف هيرست[٥] ، وهو إبن أحد أصحاب المناجم الأغنياء فى كاليفورنيا ، حياته فى صحيفة سان فرانسيسكو إجزامينر[٦] التى تركها له والده ، فأدهش معاصريه بوفرة البرقيات التى كان يبعثها له مراسلوه الخصوصيون فى أوربا . فقد أنفق فى البرقيات أموالا طائلة ليقدم أخبار حب وانتحار ولى عهد النمسا

---

(١) Barnum
(٢) Pulitzer
(٣) Saint-Louis Post Dispatch
(٤) New York World
(٥) Willam Randolph Hearst
(٦) San Francisco Examiner

الأمير رودولف ومارى دى فيتسرا (مأساة مايرلنج عام١٨٩٩) .
وما لبث أن اتجه نحو الصحافة المثيرة وراح ينافس فيها بولتزر فى نيويورك وفى الغرب الأوسط . استغل هيرست فضول عامة الشعب فى كل ما يتصل بما يعتبره هو إحدى مشاكل الانسان الأساسية ، ألا وهى مشكلة العلاقات الجنسية . وقلده فى ذلك عدد كبير من الصحفيين . . لقد هتك ستار الحياء ، فعنده أن كل الأخبار التى تمس الحياة الخاصة للمشاهير فى ميدان السياسة أو المسرح هى مادة للنشر ؛ وخير الصور[1] هى أكثرها عرياً .
وحتى فى السياسة حيث عانى فشلا بعد آخر ، اعتنق هيرست مذهب التحرر ؛ وهو إذا اضطرته الحاجة ، فإنه يذهب إلى حد الحصول على وثائق مثيرة بطرق غير شريفة . وقد لعب فى بعض الأحداث دوراً هاماً ؛ وإن إثارته للشعب الأمريكى ساهمت إلى حد ما فى إشعال نار الحرب ضد أسبانيا (عام ١٨٩٨) . وكان من أنصار العزلة فى الحرب العالمية الأولى ، وظهر بعد ذلك بمظهر الوطنى الكبير . وإن أكثر أسماء صحفه تحمل كلمة « أميريكان » ؛ فهنا النيويورك أميريكان وهناك البوستون أميريكان . . إلخ وعناوينها مزينة بالعلم الأمريكى الملون أو غير الملون .

واقتحمت أعمدة الصحف شيئاً فشيئاً ، أخبار الرياضة ، والحوادث المتنوعة ، وحديث المجتمع ومذكرات نجوم السينما .

(١) يلاحظ أن بعض الصحف المصرية الآن تسير فى هذا الاتجاه . (المترجم)

ولكن كلما اتسع المكان المخصص للنشاط الإنسانى المختلف ، كلما قل عدد المقالات الرئيسية وقصرت وأصبحت أقل عمقاً . وازدحمت « صفحة المقالات الرئيسية » برسائل القراء والنوادر والرسومات الفكاهية . وإن فتور المقالات الرئيسية الذى تعانيه الصحافة الأمريكية لهو موضع شكاوى كثيرة من لدن ذوى العقول الناضجة فى الولايات المتحدة .

والعدل يقتضى منا أن نذكر أن هناك تياراً مضاداً للاتجاه الذى اتخذته الصحافة الشعبية أخيراً . فبفضل المواهب الاستثنائية التى لأدولف أوكس[1] ، برهنت النيويورك تايمز أنه فى الإمكان عمل صحيفة « للذين يفكرون » ، وفى نفس الوقت الوصول إلى توزيع عدد كبير من النسخ وتحقيق أكبر نجاح مادى بين الصحف المعاصرة .

الصحافة التجارية :

والصحافة الأمريكية ، أكثر من أية صحافة أخرى فى العالم ، تسعى وراء الكسب .

وقد رصدت المؤسسات الصحفية رأس مال ضخم وانتظمت فى شركات واستخدمت معدات صناعية غالية . وأكثر ما يشغل

---

(١) Adolf Ochs

بالها توازنها المالى . فثمن بيع الصحيفة الأمريكية الذى يتراوح بين ٣ و ٥ سنت تبعاً للمكان الذى تصدر فيه ، بعيد عن الوفاء بنفقاتها . ويغطى الجزء الأكبر من العجز بحصيلة الإعلانات . ولا يتوقف حجم الإعلانات على التوزيع الضخم فحسب ، بل على « درجة تشبع منطقة البيع » .

فنى منطقة جغرافية معلومة يبحث المعلنون عن الصحيفة التى تتيح لهم فرصة الوصول إلى أكبر عدد ممكن من العملاء الطارئين . فمعاداة جزء من القراء فى هذه المنطقة ، صغر أم كبر ، بسبب موقف سياسى أو اتجاه ما يتخذه التحرير ، معناه القبول الاختيارى لضرر تجارى ، يرى عدد قليل من مديرى الصحف أنهم فى مركز يسمح لهم بالتغلب عليه . والقاعدة الأولى التى يضعها المديرون لأقسام التحرير هى جذب اهتمام أكبر عدد ممكن من القراء . وتهون نفقات التحرير مهما ارتفعت ، إن كان الغرض منها جلب أخبار مثيرة عن جميع المآسى التى يهتم بها الرجال والنساء ، سواء كانت حرباً أو زواجاً ملكياً أو كارثة قطار أو هزة أرضية . . فالمقياس الوحيد للنجاح هو التوزيع لأن زيادته تزيد من عقود الإعلانات . ويحضر رئيس قسم الإعلانات أو مدير الادارة[1]

---

(١) Business

مجالس التحرير . وفى الماضى كان رئيس التحرير المتحكم الوحيد فى سياسة الصحيفة فى جميع الميادين . أما اليوم فصوت مدير الإدارة هو الفيصل فى غالب الأحيان .

المجموعات الصحفية :

ساعد الاهتمام بالنواحى التجارية فى الولايات المتحدة على تأسيس « المجموعات » الصحفية . ولإنضواء عدة صحف يومية تحت إدارة واحدة فائدة من الناحية الاقتصادية . فمن ناحية يمكن توحيد مادة التحرير . ومن ناحية أخرى ، فإن استغلال الإعلانات يستفيد بأن يضطلع به موظفون أكفاء تتحمل مرتباتهم عدة صحف . وإنه من اليسير الحصول على عقد للإعلان فى عدة صحف فى نفس الوقت بتعريفة قد تكون تنازلية .

وأخيراً . . فإن التوفيق بين إصدار صحيفة صباحية وأخرى مسائية فى مدينة واحدة ليحقق وفراً ، وذلك بتشغيل المعدات لمدة أربع وعشرين ساعة . وكان عدد مجموعات الصحف ثلاث عشرة مجموعة فى سنة ١٩١٠ تشرف على اثنتين وستين صحيفة ؛ وفى سنة ١٩٣٠ أصبح عددها خمساً وخمسين لثلاثمائة وإحدى عشرة صحيفة . وبعد ذلك بسنتين وصلت إلى خمس وستين لثلاثمائة واثنتين وأربعين صحيفة . أما فى سنة ١٩٤٥ فقد هبط هذا العدد

قليلا ، إذ سجل دليل الصحافة ستاً وخمسين مجموعة تشرف على حوالى ثلاثمائة صحيفة . وأهم هذه المجموعات هى مجموعة و.ر هيرست[١] ومجموعة سكريبسهوارد[٢] .

الوكالات :

إن النمو الصناعى لصحافة الولايات المتحدة قد أدخل عليها لوناً هاماً من التنظيم . وإن ارتفاع تكاليف الخبر والزيادة المضطردة لعدد الصفحات أديا إلى ظهور وكالات متخصصة تعرض على الصحف تخفيض مصروفات التحرير ، وذلك بشراء مواد تحريرية (مقالات ، رسومات ، تقريرات صحفية) بأسعار متهاودة لا يمكنها الحصول عليها بوسائلها الخاصه إلا بأعلى تكلفة . وانفراد الصحيفة بمقال أو بوثيقة لا يكون ذا قيمة إلا إذا وجدت منافسة . وبفضل المناطق المحكمة التحديد جغرافياً التى تباع فيها الصحف أصبح لا وجود للمنافسة بين صحف المناطق المختلفة . وهكذا أضحى فى الامكان بيع نفس المقال أو نفس التقرير الصحفى لعدة صحف فى أنحاء الولايات المتحدة فى وقت واحد . ويطلق على هذه المؤسسات التجارية « الوكالات » وهى تشبه وكالات الأنباء عندنا .

---

(١) W. R. Hearst
(٢) Scrips-Howard

ولنقل الأخبار ، تستخدم الوكالة التلغراف فى أغلب الأحيان (كما هى الحال فى وكالة نورث أميريكان نيوزبيبر أليانس[١]) . أما المقالات التى ليس لها صفة الحالية . فإنها ترسل بالبريد وغالباً ما تضغط على ورق الكرتون الخاص . وقد أدت هذه الوسيلة بفضل تساوى عرض الأعمدة إلى الاقتصاد فى النفقات لأنها جنبت الصحيفة مصاريف الجمع .

وقد نظمت بعض كبريات الصحف مثل هذه الوكالات ؛ فمثلا صحيفة النيويورك هيرالد تريبيون ونيويورك تايمز وشيكاجو ديلى نيوز تبيع أخبارها عن طريق هذه الوكالات لمئات الصحف المنتشرة فى الولايات المتحدة . وفضلا عن هذه الوكالات ، فإن أوسع الوكالات شهرة فى الوقت الحالى هى ماك كليور[٢] وماك نوت[٣] وكنج فيتشرز[٤] ، وهذه الأخيرة ملك هيرست ، ووكالتا كونسوليديتد پرس أسوسيشن[٥] ، ونيوز بيبر انتربرايز اليانس[٦] الخ . . ومن أهم المواد التى تبيعها

---

(١) North American Newspaper Alliance
(٢) Mac Clure
(٣) Mac Naught
(٤) King Features
(٥) Consolidated Press Association
(٦) Newspaper Enterprise Alliance

هذه الوكالات هي القصص المصورة التي تعرف باسم «كوميكس[1]» والتي بدأت الصحف الفرنسية تنشر مثلها .

التنظيم الداخلي :

إن كثرة صفحات الجريدة الأمريكية الكبرى ، وخاصة في طبعتها الصادرة يوم الأحد ، يعرضها إلى مشاكل تجهلها الصحافة الأوروبية . ذلك أنه لابد من تقسيم الصحيفة إلى عدة أقسام . في الطبعة اليومية ، إلى جانب القسم العام ، يوجد باب للرياضة وآخر للمال والتجارة على الأقل . وفضلا عما سبق ، فإن صحف الأحد تشتمل على ملحق أدبي وملحق مصور وملحق للرسومات الفكاهية الخ . . وتعتبر كل من هذه الملاحق جريدة مطبوعة ومطوية على حدة .

ولإراحة القارئ ، ينشر عدد كبير من الصحف في صفحاتها الأولى موجزاً للأخبار مركزاً في سطرين .

وتدعو ضرورة جمع حروف الجرائد الضخمة وطبعها بسرعة إلى تنظيم وضع العناوين أيضاً . فإذا ما كتب سكرتير التحرير رقماً ما على رأس مقال أو برقية ، عرف عمال العناوين في ورشة الجمع دون إبطاء أن عليهم جمع نص العنوان على عمود أو اثنين أو ثلاثة ببنط

---

(١) Comics

معين ، وأن عنواناً فرعياً أو اثنين أو ثلاثة ستجمع بحرف وببنط سبق الاتفاق عليهما .

وطريقة ترتيب المقالات الإخبارية موحد أيضا ؛ فالفقرة الأولى[١] لابد أن تلخص جوهر الموضوع كله والفقرات التالية تعيد التفاصيل مرتبة حسب أهميتها لدرجة أن سكرتيرى التحرير يمكنهم أن يحذفوا بسرعة فقرتين أو ثلاث أوأربع فقرات ، تبعا للحيز الموجود دون الانتقاص من أهمية الموضوع .

وتقسيم العمل فى قاعات التحرير الأمريكية متقدم بكثير عما هو عليه فى الصحف الأوروبية . ففى كبريات المدن كنيويورك وشيكاجو يعمل فى الصحف مخبرون يكلفون بجمع أخبار الحوادث فى كل أحياء المدينة المختلفة . وقد اختيروا لحساسيتهم بالخبر، وإنهم على علاقة طيبة برجال البوليس والمطافىء وبوابى الفنادق . وفى سرعة البرق يجمعون الوقائع وينقلون تفاصيل الحريق أو حادث القتل أو الحادثة التى وقعت فى حيهم . ويطلق على هؤلاء المخبرين كلمة « الراجلين[٢] » أى الذين يؤدون عملهم مشيا على الأقدام . ويقابلهم المراجعون[٣] أوالمحررون المقيمون ، الذين يجلسون فى

---

(١) Lead
(٢) Leg-men
(٣) rewrite men

قاعات التحرير ويتلقون بالتليفون المذكرات السريعة ذات الوصف الرائع التى يقدمها لهم الأولون . وغالبا ما يلجأ هؤلاء المراجعون إلى تدوين هذه المذكرات بالاختزال . ويشترط فى المراجعين أن يكتبوا فى سهولة . وهم يصفون مناظر مثيرة لم يروها أبدا . أما المخبرين الراجلين ، فانهم لا يكتبون سطرا واحدا على الرغم من كونهم ذوى صفات صحفية أكيدة . وتنتقل نسخة المراجعين بعد كتابتها على الآلة ، إلى مراجع التحرير[١] الذى يقوم بحذف الزائد من النص الذى حرره المحرر المقيم . وبناء على التعليمات العامة الصادرة من سكرتير التحرير يضع قارىء النسخة العناوين والعناوين الفرعية وعناوين الفقرات متوخيا المكان الذى سيشغله المقال فى الصحيفة .

التشويق[٢] :

لا يمكن أن نسقط من حسابنا ميزة هامة من مميزات الصحافة الأمريكية ، ألا وهى الإثارة وهى نتيجة للمغالاة فى فهم أصول المهنة . إن صحف الولايات المتحدة الأكثر جدية تنشر سيلا من الأخبار الدقيقة ولا يشبهها فى ذلك إلا عدد قليل من صحف العالم

---

(١) Copy reader

(٢) Sensationnalisme

كله . وإلى جانب هذه الصحف توجد صحف متوسطة تكتب عن السياسة الخارجية والداخلية والحوادث المختلفة أخبارا مشعثة وغير مراجعة . فالاهتمام بجذب انتباه القارىء وبتسليته يطغى على أى اعتبار آخر . وهذه الوسائل التى للصحافة المثيرة قد أفسدت حكم بعض القراء ونالت من سمعة الصحافة الأمريكية عامة . ولابد للدراسة الموضوعية أن يميز بين الصحف المثيرة كصحف هيرست والصحف الجادة . وفى عدد كبير من المدن متوسطة الأهمية وفى المدن الصغيرة خاصة مازالت الصحيفة الجادة تنال تشجيع الجمهور .

صحف « البرشام »[1] :

شهدت العشرون سنة الأخيرة فى الولايات المتحدة نمو نوع جديد من الصحف يطلق عليه اسم «البرشام» . وهو يشبه الصحف الإنجليزية المصورة . ويظهر فى قطع يساوى تقريبا نصف القطع العادى . وتخصص الصفحة الأولى لصورفوتغرافية غاية فى الضخامة وأول صحيفة ظهرت فى هذا القطع هى صحيفة نيويورك ديلى نيوز[2] التى أسسها أصحاب جريدة شيكاجو تريبيون[3] فى سنة ١٩١٩ ؛

---

(١) Tabloids

(٢) New York Daily News

(٣) Chicago Tribune

وسرعان ما لقيت نجاحا عظيما، وتبعتها بعد ذلك بقليل الديلى ميرور[1] (هيرست) . ويبدو أن توزيع الديلى نيوز الضخم لم يؤثر على توزيع الصحف الأخرى . وآية ذلك أن التوزيع الإجمالى لصحف نيويورك الصباحية وصل إلى مليون وثلاثمائة نسخة فى مارس سنة ١٩١٩ ، حينما لم تكن هناك صحف « برشام » . وفى ٣٠ سبتمبر سنة ١٩٢٦ عندما بلغ توزيع هذه الصحف الأخيرة مليون واربعمائة وأربعا وخمسين ألف نسخة كان توزيع الصحف الصباحية الأخرى مليون مائة وخمسين نسخة . ومن ذلك يبدو أن قراء صحف « البرشام » أشخاص لم يكونوا يقرأون الصحف اليومية بانتظام .

ويرجع نجاح صحف البرشام التى تصدر فى نيويورك إلى عدة عوامل :

١ ــ القطع : إن عددا كبيرا من القراء فى الولايات المتحدة يطالعون صحفهم وهم داخل مركبات النقل المشترك (المترو والترام والأوتوبيس) حيث يشغل الراكب حيزا حيويا ضيقا . وإن ما لا يقل عن ثلاثمائة ألف شخص يستقلون قطارات الضواحى فى الذهاب إلى أعمالهم صباحا وفى العودة إلى منازلهم فى المساء . وهم يقرأون صحفهم فى نفس الظروف القاسية التى نعانيها فى مترو

---

(١) Daily Mirror

باريس . فبالنسبة لهؤلاء الركاب جميعا تكون الصحيفة العادية ، بقطعها الكبير وبصفحاتها التى تتراوح بين الثلاثين والستين، عقبة أكيدة ، فى حين أن القطع الصغير يتيح للقارىء أن يقلب الصفحات فى سهولة ويسر كبيرين .

٢ — فى وسائل النقل التى يكثر اهتزازها ، يصعب على الانتباه أن يتركز على المقالات الطويلة . وإنه من الأيسر ، بين محطتين ، أن يوجه المرء بصره إلى صورة ما ، تكون على حد تعبير نابليون « أكثر تعبيرا من تقرير طويل » .

٣ — إن فى أية ميناء كبيرة كنيويورك ، التى تضم حتى اليوم عددا كبيرا من المهاجرين الذين يجدون صعوبة فى قراءة اللغة الإنجليزية ، نجد أن صورة فوتغرافية مصحوبة بنص مختصر مكتوب بلغة شعبية ، تناسب تماما هذا النوع من القراء .

٤ — دلت التجارب التى أجريت على أن ٧٠ ٪ من الأمريكيين يخصصون أقل من ربع الساعة يوميا لقراءة صحفهم . ولذلك كان الأسلوب المختصر لصحف « البرشام » مناسبا لهؤلاء القراء المتعجلين .

وتفرد صحف « البرشام » أو « صحف الصور » حيزا كبيرا للمقالات التى تهتم بالموضوعات الإنسانية وللأخبار المثيرة ولنداء الجنس .

ومن حيث الإعلان ، صادفت هذه الصحف إقبال المعلنين ، لأن نجاحها فى البيع ، من ناحية ، سرعان ما أباح لها توزيعا ضخما ومن ناحية أخرى ، لأن الإعلان فى صفحة من هذا القطع الصغير يظهر بوضوح . وكان المعلنون فى أول الأمر لا يتعدون أصحاب المنتجات الرخيصة التى تستهلكها الطبقات الشعبية . ولكى تحصل هذه الصحف على زبائن المعلنين عن المنتجات الفاخرة ، تفننت تدريجيا فى الاهتمام بالزبائن الممتازين الذين أدعت أنها وصلت أيضا إليهم ، ولكى يسهل دخولها فى الأوساط العليا ، اضطرت إلى توخى الاعتدال فى تحريرها وإلى حذف الموضوعات البذيئة والأسلوب الدارج الذى كانت تفضله أول الأمر على غيره من الأساليب . وهكذا تم لهذه الصحف تهذيب نفسها بنفسها .

وفى مدن أخرى غير نيو يورك ، حاول بعض أصحاب الصحف أن يقلدوا هذا الأسلوب الجديد ، ولكنهم لم يوفقوا . ونخص بالذكر م . س . فاندربلت[1] الإبن ، فقد باءت محاولته التى قام بها فى كاليفورنيا ، بالفشل الذريع ؛ إذ كان يرغب فى أن يطبق على صحفه برناجاً محترماً ؛ فمنع نشر قصص الطلاق والجرائم والصور المغرية ، الشىء الذى لم يساعد على البيع . ولكن يرجح أن يكون

---

(١) M.C. Vanderbilt

سبب فشله الرئيسى هو عدم وجود المترو فى سان فرانسيسكو ولوس أنجلوس حيث يزداد استخدام السيارات الخاصة عما هو عليه فى المدن الصناعية الواقعة فى الشرق فتختفى الفوائد الخاصة بصحف « البرشام » . وفى مدن أخرى من الولايات المتحدة حاولت صحف القطع العادى المختلفة اتباع أسلوب صحف « البرشام » فأخفق بعضها وعاد البعض الآخر إلى القطع العادى بعد تجربة فاشلة .

والأثر الظاهر الذى تركته صحف البرشام فى الصحافة بوجه عام ، هو أنها شجعت جميع الصحف الأخرى على إفراد مكان أكبر للصورة الفوتوغرافية .

العاملون فى الصحافة :

اقتضت كثرة الصحف الأمريكية واتساعها وجود عدد كبير جداً من المحررين من كل نوع .

وانخرطت المرأة منذ زمن فى سلك الصحافة . وخلال الحرب الأخيرة ، وعلى أثر تعبئة الرجال ، فازت النساء بمراكز لم يكن فى استطاعتهن الوصول إليها قبل ذلك الحين . فمنذ مايو سنة ١٩٤٠ حتى يناير سنة ١٩٤٥ ، أصبح ما بين ٥٠٠ إلى ٧٠٠ صحفى ، مراسلين حربيين . وقد قتل من هذا العدد ٢٩ فى جبهات القتال المختلفة وأسر خمسة وفقد اثنان .

وفى سنة ١٩٣٣ تأسست بنجاح نقابة قومية لرجال الصحافة تضم اليوم أكثر من عشرين ألف عضو ينتمون إلى الصحف ووكالات الأنباء ووكالات التصوير وغيرها . وفى سنة ١٩٣٧ انضمت هذه النقابة التي يطلق عليها « اتحاد الصحافة الأمريكية[1] » إلى « مؤتمر المنظمات الصناعية[2] » وتوجد اتحادات أخرى أقل أهمية ، لا تنتمى إلى هيئات عمالية .

ويختلف الصحفى الأمريكى عن زميله الإنجليزى فى أن الأول فى العادة على ثقافة متوسطة ، فى حين أن الثانى يتمتع فى الغالب بثقافة واسعة . وتهدف مدارس الصحافة إلى سد هذا النقص سداً جزئياً . ومع ذلك فإن الصحفيين الأمريكيين يمتازون بحساسية حادة للإعلام ولكل مايجذب اهتمام الإنسان . بيد أنه لابد لنا من أن نخصص مكاناً على حدة لنخبة صغيرة من المحررين السياسيين والمراسلين من الخارج ذوى الثقافة والذكاء الفريدين فى نوعهما .

أثر الصحف :

إن الصحافة الأمريكية ، كغيرها من صحافات عدد كبير من البلاد ، تشتمل على صحف غاية فى الجودة وغاية فى الرداءة . ومن

---

(١) American Newspaper Guild

(٢) Congres of Industrial Organisations

النوع الأول توجد فى المدن الأمريكية الكبرى صحف ذات شهرة قديمة تخصص مكانا هاما للإعلام الرصين وتتوخى منطق العدل والهدوء فى تعليقها على الأخبار . وأشهر هذا اللون من الصحف لا وجود له فى العاصمة : فصحيفة واشنجتون ستار[١] الرصينة ، المحافظة ليست أكثر من جريدة إقليمية جيدة . كما أن صحيفة واشنجتون بوست[٢] تحتوى على كثير من الأخبار السياسية التى يضعها أعضاء الكونجرس وموظفو الوزارات موضع الاعتبار . وتنافسها فى هذا المضمار منافسة شديدة من حيث الكيف ، صحف نيويورك ولاسيما أفضل صحيفتين منها ألا وهما التايمز والهيرالد تريبيون اللتان تباعان كل صباح فى أكشاك العاصمة فى نفس الساعة التى تباع فيها الصحف المحلية . والصحيفتان السالفتان جديرتان بالذكر لما امتازتا به من جودة فى الأخبار ورقى فى الإدارة ؛ الأمر الذى جعلهما بحق مفخرة الصحافة الأمريكية .

ولا تزال معظم الصحف الأمريكية ، جريا على عادة قديمة ، تحمل شعار أحد الحزبين الأمريكيين الكبيرين وهما الحزب الجمهورى والحزب الديمقراطى ، على الرغم من أن معظمها

(١) Washington Star
(٢) Washington Post

فى الواقع لا يتدخل فى السياسة الأمريكية تدخلا إيجابيا ، بل يظل أثناء الانتخابات العامة مستقلا تمام الاستقلال . والاهتمام بالموضوعية والحاجة إلى عدم إغضاب عدد كبير من معتنق الرأى المخالف يحملانها على عدم الانضمام إلى حزب من الأحزاب . فهى تحكم على الأحداث وتسرد المناقشات البرلمانية فى استقلال تام . حتى فى فترة الانتخابات فإنها تعنى بأن تقدم لقرائها دون تحيز جميع وجهات النظر . ولكنها لا تتردد إن سنحت الفرصة ، أن تنشر على شكل إعلانات بأجر نصوص الدعاية التى تريد نشرها الأحزاب المختلفة . كما أنها تتابع خطب وبيانات المرشحين المختلفين فى كثير من العدل والاتزان .

ذلك بلا شك واحد من أسباب ضعف الأثر السياسى لصحف اليوم . إلا أنه على أية حال ، ليس السبب الوحيد : فصحيفة مثل الشيكاجو تربيون التى تجاهد فى سبيل دفع قرائها إلى إعطاء أصواتهم لقائمة انتخابية (الكولونيل ماك كورميك المحافظ الرجعى) ترى مرشحيها يسقطون دائما . ومع ذلك ، فإن الشيكاجو تربيون ، من الناحية المحلية ، صحيفة متفوقة فى المنطقة ولكن يبدو أن الناخب يرفض أن يترك زمامه لصحيفة قوية ونراه عادة فى غمرة من الكرم يعطى الفرصة لأضعف المرشحين .

وحرية الصحافة فى الولايات المتحدة مطلقة .

ولا شك فى أنك ستعجب إذا علمت أنه لا توجد صحيفة واحدة اشتراكية سوى الصحيفة الإسرائيلية « جويش فورورد »[١] . والصحف الأمريكية تقع تحت رحمة المعلنين الذين يمكنهم أن يقضوا مضاجع أية صحيفة ذات مبادئ معادية للنظام الرأسمالى ، فضلا عن أن مثل هذه الصحيفة لن تجد العدد الكافى من القراء . والصحيفة ذات الأفكار التقدمية والتى يرعاها بعض كبار الملاك مثل صحيفة ب . م .[٢] لم تصادف نجاحا فاختفت فى سنة ١٩٤٩ .

وإن حرية الصحافة المنصوص عليها فى الدستور الاتحادى أصبحت مكفولة بتعديل ينص على ألا يصدر الكونجرس أى قانون يلغى حرية الصحافة . وقد نص عدد كبير من الولايات على هذه الحرية فى دساتيرها . وفى عام ١٩٣٢ أعلنت المحكمة العليا فى ولاية الينوا ، عند نظرها دعوى قذف مرفوعة من مدينة شيكاجو ضد صحيفة شيكاجو تريبون أن « للمواطنين الحق فى انتقاد حكومتهم دون أن يخشوا أن يطلب إليهم تبرير ذلك أمام القضاء » . وفى عام ١٩٣١ ألغت المحكمة العليا فى أمريكا قانونا وضعته ولاية منسوتا نصت فيه على أن للقضاء الحق فى إلغاء

---

(١) Jewish Forward
(٢) P. M.

الصحف التى تنشر فضائح أو قذفا بجرة قلم . كما أنها رفضت فى سنة ١٩٣٦ إقرار فرض ضريبة قدرها ٢ ٪ أرادت ولاية لويزيانا أن تتقاضاها على الدخل الكلى للإعلانات بحجة أن فى ذلك وسيلة لتحديد الأخبار التى يحق للجمهور أن يحصل عليها بمقتضى الضمانات الدستورية .

وتقدم السلطات الأمريكية على اختلاف درجاتها ابتداء من رئيس الجمهورية حتى الموظف البسيط كل التسهيلات للصحفيين أثناء تأديتهم لرسالتهم . ولما كانت المؤتمرات الصحفية التى يعقدها البيت الأبيض والوزارات الرئيسية تقليدا متبعا منذ عدة سنوات ، فإنها تعتبر بالنسبة للصحفيين مصدرا ثمينا للأخبار .

وعلى الرغم من تأثير المؤسسات الكبيرة على الصحافة ؛ ذلك التأثير الذى بالغ البعض فى انتقاده ، فإن الأمانة لا تزال رائد الصحفيين والصحافة فى أمريكا بوجه عام وإن استقلال الصحف المالى يكفله نجاحها التجارى .

ولا يمثل أكبر معلن فى أية صحيفة يومية أكثر من ١ أو ٢ ٪ من حصيلتها العامة . إن وكلاء الإعلان يستغلون أحيانا حسن نية الصحفيين ولكن الصحف الأمريكية لا تقبل مطلقا إعلانا تحريرياً مزيفاً . إنها تحذر الدعاية حذرها من مرض الطاعون .

وأخيرا ، فإنه إذا لم يكن المستوى الثقافى فى الصحف الأمريكية قد وصل إلى ما يجب أن يصل إليه فى بلد ديمقراطى قوى كأمريكا ، فإن الصحافة قد نجحت أكثر من غيرها فى إطلاع قرائها على أخبار العالم .

ويدير بعض أصحاب الصحف جرائدهم كمجرد رجال أعمال مهرة ، مثل فرانك منسى[١] رجل الصحافة اليومية .

وقد قال و . ا . هوايت : «كانت الصحافة فيما مضى استعدادا فى أعلى مستواه ، أما اليوم فقد أصبحت صناعة وتوظيف رأس مال بفائدة ٨ ٪ » . وأكثر بكثير هؤلاء الذين احتفظوا ، على الرغم من تطور ظروف الاستغلال ، بالمعنى القديم الراقى لمسئولية الصحفى أمام الجمهور . وإن أهم ما يشغل بال مديرى الصحف هو أن يكونوا مخلصين لقرائهم وأن يرشدوهم دون أن يفرضوا عليهم وجهات نظرهم وأن يقدموا لهم الخدمات . وتصدر رابطة مديرى الصحف الأمريكية[٢] ، فى صراحة تستحق الثناء ، قانونا للأخلاق الصحفية فى نشرة دورية . فالاستقلال والإخلاص وعدم التحيز والصحة والأدب هى

---

(١) Frank Münsey

(٢) American Society of Newspaper Editors

الفضائل التى تحض هذه النشرة عليها دائما . إلا أن جودة الإنتاج لا يتفق دائما مع سمو القصد . ومع ذلك فإن الصحيفة الأمريكية تعتبر مرآة الديمقراطيـة والمدافعة عنها كما هو المفهوم فى البلاد الغربية .

٣ ـــ الصحافة الفرنسية

مميزاتها العامة :

تحتل الصحافة الفرنسية بوجه عام مكانا هاما بين الصحف المعاصرة لا بالنسبة لما هى عليه اليوم ، بل لما كانت عليه فى الماضى وما ستكون عليه فى المستقبل .

(ا) فترة ما قبل حرب ١٩٣٩ ـــ ١٩٤٥ :

تحددت المعالم الجوهرية لهذه الصحافة منذ بداية حرب سنة ١٩١٤ نتيجة للتقدم الفنى وانتشار التعليم . وإن التغيير الذى أصابها بين الحربين العالميتين لم يؤثر فى شكلها العام إلا قليلا .

وفى سنة ١٩٣٩ كان عدد الصحف اليومية فى باريس ستا وأربعين صحيفة معظمها سياسى والباقى إخبارى . ووصل توزيع هذه الصحف الكلى إلى ٦٫٠٠٠٫٠٠٠ نسخة . ولـكن خمسة ملايين من القراء كانوا يشترون صحف الإعلام الـكبرى وهى : لى بتى باريزيان

ولى ماتان ولى جورنال ولى بتى جورنال وليكو دى بارى[١] .
وقد سمحت حرية الصحافة التى كفلها قانون سنة ١٨٨١ للصحف السياسية على اختلاف ألوانها أن تستقر فى حرية ابتداء من الأومانيتيه[٢] حتى الأكسيون فرانسيز الملكية[٣] .

وكان لمجموع هذه الصحف السياسية أثر أكيد فى الأوساط الحاكمة وخاصة فى البرلمان ، ولكن بسبب قلة انتشارها كانت تحت رحمة صندوق حزبها أو أحد المتبرعين أو اكتتاب يشترك فيه القراء .

وكانت صحف الإعلام تلقى فى روع القارىء أنها نزيهة فى علاجها للمسائل السياسية ، فى حين أنها فى الواقع لم تكن دائما كذلك . وعلى أى حال فإنها كانت تحاول جاهدة أن تعالج الأحداث ، حتى السياسية منها ، فى موضوعية وحيدة فى اللهجة كانت تصادف هوى فى نفوس الغالبية من القراء الذين مهما قيل فى ذلك ، قلما يهتمون بالسياسة . وفى الجملة فإن هذه الصحف كانت تخصص حيزا أكبر للإعلام من ذلك الذى كانت تخصصه

---

(١) Le Matin, Le Petit Parisien, Le Petit Jonrnal, Le Journal, L'Echo de Paris.

(٢) L'Humanité

(٣) l'Action Française

الصحف السياسية . وغالبا ماكانت أعمدتها تملؤ بنفس الأخبار التى تحوز رضى عامة الناس فى البلاد الانجلوسكسونية : كالحوادث المتنوعة والجرائم والحوادث والقضايا وأخبار الزواج والطلاق المثيرة . . . الخ

وكانت صحف الإعلام الخمس الكبرى التى يطلق عليها « الخمس الكبار » تتنافس فيما بينها فى ميدان الإعلان والتوزيع . ولكى يوضع حد لأضرار هذه المنافسة ، جمعتها وكالة هاڤاس فى اتحاد واحد ، وكانت أهم مصدر لإعلاناتها أثناء الحرب العالمية الأولى ، وكما سبق لنا أن قلنا ، كان المعلنون يدفعون مبلغا إجماليا مناسبا لإعلان ينشر فى الصحف الخمس فى نفس الوقت . وكان هذا التدبير يسمح فى آن واحد للصحف الخمس الكبرى بأن تحتفظ بارتفاع فئة أسعار إعلاناتها وبأن تقطع الطريق على صحيفة سادسة منافسة . ولهذا السبب كانت وكالة هاڤاس واتحاد الصحف الكبرى الخمس يرميان أحيانا بأنهما كبيرا اقطاعيي الصحافة الفرنسية .

وحتى عام ١٩١٤ كانت الصحف الصباحية أكثر شعبية ، أما الصحف المسائية فكانت تقرأها الطبقة الوسطى بوجه خاص : غير أنه بين الحربين العالميتين بدأت صحيفة مسائية اسمها

لاترانسيجان[١] ، بفضل جهود صحافى ممتاز يدعى ليون بلبى[٢] ، أن تكتسب كل مساء الطبقات العميقة للشعب الباريسى ، وذلك بعناوين على ثلاثة أو أربعة أعمدة ، وبملخصات سهلة القراءة .

ومع ذلك فإن الخطوة التى خطتها صحيفة بارى سوار[٣] كانت حدثا بارزا فى عالم الصحافة فى ذلك العهد . ذلك لأن صاحبها جان بروفو[٤] ، صاحب مصانع الصوف والورق والسكر ، كانت لديه إمكانيات قوية وضعها فى خدمة أذواق الجمهور المختلفة . فنجح فى رفع توزيع هذه الصحيفة من ٦٠٫٠٠٠ نسخة فى سنة ١٩٣٠ إلى ١٫٠٠٠٫٠٠٠ نسخة فى سنة ١٩٣٤ وإلى ٢٫٠٠٠٫٠٠٠ نسخة فى سنة ١٩٣٨ ، فى الوقت الذى لم يتجاوز فيه توزيع « لاترانسيجان » ٤٠٠٫٠٠٠ ولى بتى باريزيان ١٫٨٠٠٫٠٠٠ نسخة . وهكذا برهن بروفو لفرنسا أنه من الممكن لصحيفة مسائية شعبية أن تعيش طويلا .

ولقد كان من العسير عليه أن يدرك هذا النجاح لو لم يدخل على الصحافة مناهج جديدة يحتمل بعضها النقد . وأدخلت صحيفة

---

(١) L'Intransigeant

(٢) Leon Bailby

(٣) Paris-Soir

(٤) Jean Prouvost

بارى سوار خير وسائل الصحافة الأمريكية وأسوأها دون أن تقلدها تقليداً أعمى ، فبحثت عن الأخبار المثيرة ونشرت فى صفحتها الأولى الأسماء الأكثر لمعانا ووجهات النظر الأكثر تعارضا واستكتبت مشاهير الكتاب وأرسلت إلى الخارج بعض أعضاء مجمع اللغة الفرنسية كمراسلين خاصين عاديين ينقلون إلى جمهور القراء ما يشاهدونه بأعينهم من أحداث اليوم الكبرى . وعرفت كيف تقدم إلى القراء فى سرعة عجيبة آخر أنباء الصباح وبعد الظهر فى طبعات متلاحقة . وكانت تصدر محلاة بالصور الحية المعبرة دون الصور الجامدة . وكما فعلت من قبلها زميلاتها الصباحية ، فقد أدخلت تحسينا على باب الأخبار المتنوعة ولا سيما باب الرياضة . وأخيراً أدركت الصحيفة قيمة المرأة فعملت على اجتذابها وإطرائها . وفى سبيل إشباع غريزتها الخيالية أمدتها بالروايات المسلسلة والقصص المكتوبة لها فجاءت الصحيفة فى مجموعها وإلى حد ما مكتوبة للنساء .

وإذا كان من الصعب تحديد أثرها المباشر على الأحداث السياسية فمما لاشك فيه أن أثرها كان واضحا فى أذواق وعقول قراء عصرها . ولا يزال الكثيرون يأخذون عليها حتى اليوم اتجاهها لأسوأ الغرائز البشرية والحط من قيمة الإنسان .

ولم يقتصر توزيع هذه الصحيفة على باريس فحسب ، بل إن جزءا كبيرا منها كان يوزع فى الأقاليم حيث كان القراء وخاصة الشبان منهم يعتقدون أنهم سيجدون فيها صدى لما تقدمه العاصمة من كل مغر وجديد وآخر الأزياء .

وإلى جانب صحافة باريس النابضة بالحيـاة ، كانت هناك صحافة الأقاليم التى تبدو بمظهر القريبة الفقيرة ، ولو أنها لم تـكن كذلك فى الواقع . وكانت تضم عدداً كبيراً من الصحف القوية المزدهرة ذات المظهر المتواضع البسيط .

وفى كل إقليم من أقاليم فرنسا الـكبيرة يمكن أن نذكر صحيفة أو صحيفتين تسيطر على خمس أو ست مقاطعات وعلى أكثر من ذلك العدد أحيانا ؛ مثال ذلك صحيفة « لاديبيش دى تولوز[١] » التى يمتلـكها الأخوة سارو[٢] والتى توزع ٢٠٠,٠٠٠ نسخة وصحيفة «لا بيتيت جيروند[٣] » فى بوردو والتى توزع ٢٥٠,٠٠٠ نسخة وصحيفة « لويست إكلير[٤] » التى يمتلـكها الأب تروشو[٥]

(١) La Dépéche de Toulouse
(٢) Sarraut
(٣) La Petite Gironde
(٤) L'Ouest Eclair
(٥) Abbé Trochu

فى رين والتى توزع ٢٥٠٫٠٠٠ نسخة وصحيفة «لى بروجريه[١]» فى ليون ، و«الايكو دونور[٢]» فى ليل و «ليست ريبليكان[٣]» فى نانسى و«ليبتى مارسييه[٤]» التى توزع كل منها ١٨٠٫٠٠٠ نسخة .

وقد اتفق عدد كبير من هذه الصحف لتأسيس مكاتب تحرير فى باريس كاملة العدة ، الغرض منها مساعدة الوكالات ومنافسة الصحف الباريسية وخاصة فيما يتصل بالنواحى السياسية ، ولا سيما الأخبار البرلمانية . ولكنها لم تنجح فى الإضفاء على ماجرياتها هذا الأسلوب الباريسى الذى كان يصادف هوى فى نفوس قراء الأقاليم .

وكانت توجد قبل الحرب مظاهر للمجموعات الصحفية وخاصة فى ميدان الصحف السياسية ، غير أن حاسة التنظيم لم تكن قد تعمقت بعد فى المؤسسات الصحيفة .

وأثارت محاولة صحيفة « لى بيتى باريزيان » التى أرادت أن تصدر طبعة إقليمية فى تور ، معارضة قوية من جانب الصحف

---

(١) Le Progrés
(٢) L'Echo du Nord
(٣) L'Est Républicain
(٤) Le Petit Marseillais

الإقليمية قضت على المشروع قبل إخراجه إلى حيز الوجود . ونشأ عن ذلك شعور بالحذر من أية محاولة مكشوفة ترمى إلى الاحتكار.

(ب) خلال الاحتلال الألمانى :

اتخذت الحكومة الفرنسية منذ بداية حرب سنة ١٩٣٩ إجراءين إداريين أثرا فى حياة الصحافة وهما :

١ ــ فرض رقابة عسكرية على الصحف كانت تضطرها إلى إبدال الأخبار المشطوبة بأخرى حتى لا ينزعج الجمهور عندما يرى البياض الذى تخلف عن ذلك الشطب .

٢ ــ منع إنشاء صحيفة جديدة دون الحصول على ترخيص سابق.

إن هذين الإجراءين الشاذين اللذين اقتضتهما ظروف الحرب مهدا الطريق للنظام الذى فرض على فرنسا بعد هدنة يونية سنة ١٩٤٠.

واستغل الألمان الرقابة فى أول الأمر استغلالا واسعا ، لا فى منع نشر الأخبار العسكرية فحسب، بل وفى نشر كل مقالة أو إعلام لا يروقهم مهما يكن الموضوع .

ولم تلبث أن أعدت لائحة بالموضوعات المسموح وغير المسموح بنشرها ، وذلك تحت إدارة دعاية ستافل[1]. وكانت

---

(١) Propagande Staffel

الصحف فى المؤتمرات الصحفية تتلق التوجيهات التى يجب أن يسير عليها مدير الصحيفة المسئول .

وكانت الأخبار الخارجية التى ترسل إلى صحف المنطقة المحتلة والتى يوزعها المكتب الفرنسى للاعلام[١] الذى أنشىء على أنقاض وكالة هافاس القديمة ، ترد جميعها من الوكالة الألمانية د . ن . ب[٢].

وأفضل وسيلة للضغط على الصحف الفرنسية فى المنطقة المحتلة والتى انتهجتها السلطات الألمانية ، كانت ترتكز أساسا على نظام توزيع الورق فالصحيفة التى لا تنقاد بسهولة تخفض حصتها بحجة أن هذا التخفيض يرجع إلى ظهور صحف جديدة رخصت لها السلطات المحتلة ؛ ذلك أن حصة الورق الإجمالية تظل كما هى بينما تخصم الكميات المخصصة للصحف الجديدة من مجموع أنصبة الصحف الأخرى أو بعض منها .

وقد تغيرت معالم صحف باريس أثناء الاحتلال تغيرا شاملا، فاحتجبت معظم الصحف السياسية ، واتخذت صحف الإعلام

---

(١) L'office Français d'Information

(٢) D. N. B.

الـكبرى مواقف متباينة . وكانت « الماتان »[١] أول صحيفة تعود إلى الظهور فى باريس .

وبعد فترة من التردد عادت معظم صحف الأقاليم إلى الظهور وسارت فى كثير أو قليل من الطواعية على القواعد التى وضعها الألمان .

واضطرت هيئات تحرير الصحف الفرنسية إلى أن ترضخ لقواعد وضعت بوحى من النظام الألمانى .

ولم يكن فى إمكان أحد سوى الذين يثبتون جنسيتهم الفرنسية وأصلهم الآرى أن يكونوا ملاكا أو مديرين مسئولين للصحف . وكان على المحررين أن يحملوا بطاقات تثبت اشتغالهم بالمهنة . وهذه البطاقات لم تـكن تمنح لغير الآريين وأعضاء الجمعيات التى حلتها السلطات الفرنسية مثل المحافل الماسونية .

وكان على الطالب أن يملأ استمارة يجيب فيها على بعض الأسئلة بالتفصيل ويعطى بيانات عن أصل أسرته إلى ثلاثة أجيال مضت .

أما فى المنطقة غير المحتلة ، فإن النظام الذى وضع للصحافة كان أكثر حرية فى ظاهره ، إذ أن حكومة فيشى احتجت بأن الحرب مازالت قائمة وأبقت على نظام للرقابة مكنها من الإشراف على توجيه

---

(١) Le Matin

الصحافة . وطبقا للتعليمات التى كانت تعطى للرقباء ، فإنه لم يكن فى مقدور الصحف أن تقوم بأية دعاية للحلفاء ولحكومة ديجول أو تهاجم الألمان أو تقوم بأية حملة ضد الحكومة التى كانت تقدم مساعدات مالية لصحف كانت تظهر فى المنطقة الشمالية قبل ارتحالها إلى المنطقة غير المحتلة .

وبعد نزول الحلفاء فى شمال أفريقيا واحتلال الألمان للمنطقة الجنوبية من فرنسا ، طبق النظام الذى وضعته السلطات الألمانية للمنطقة المحتلة، على كل فرنسا؛ فاحتجبت عدة صحف مثل الفيجارو والبروجريه والتان [1] وغيرها، كانت تظهر فى المنطقة المعروفة بالحرة.

وكان ظاهرا حتى للجمهور أن الصحف التى كانت تصدر فى المنطقة المحتلة واقعة تحت رقابة ألمانية صارمة . وقد أدى ذلك إلى ظهور صحف من كل نوع بوحى من روح المقاومة .

وكانت هذه الصحف تطبع فى الخفاء بوسائل غير منتظمة وتوزع سرا . ووصل توزيعها الذى كان يرتفع وينخفض حسب الظروف إلى أرقام ضخمة . فمثلا صحيفة ديفانس دى فرانس [2] كانت توزع ٥٠٠٠ نسخة فى سنة ١٩٤١ فوصل توزيعها إلى

---

(١) Le Temps
(٢) Défense de la France

٣٠٠٫٠٠٠ نسخة فى بداية سنة ١٩٤٤ . وكانت سياسة هذه الصحف فى جوهرها مناهضة للألمان ، مؤيدة للحلفاء وأتباع ديجول وقد قبض على كثير من الموزعين والمحررين ، فنهم من أبعد ومنهم من أعدم رميا بالرصاص . ونذكر من بين أشهر الصحف السرية صحيفة كومبا وليبراسيون وفران تيرور وديفانس دى لا فرانس وفرون ناسيونال[1].

(ح) بعد تحرير فرنسا :

إن الأثر الذى تخلف عن تحرير فرنسا فى تطور صحافتها لأعمق غورا من ذلك الذى نتج عن احتلالها ، فقبيل نزول قوات الحلفاء إلى الشواطىء الفرنسية ، أعدت السلطات فى الجزائر تعليمات وجهتها لمندوبى الجمهورية حدد بمقتضاها دورهم فيما يتعلق بالصحافة . وأصبح معظم هذه التعليمات علينا نتيجة للأمر الصادر فى ٣٠ سبتمبر سنة ١٩٤٤ .

وإن الإجراءات التى ترتبت على هذا الأمر والمؤيدة والمكملة بأوامر لاحقة تهدف إلى إبعاد الذين أساءوا — عن قصد أو غير قصد — توجيه الرأى العام ، والذين خدموا المحتل وتعاونوا مع العدو . ويمكن تقسيم الوسائل التى اتخذت لتطهير الصحافة الفرنسية إلى ثلاث :

(١) Combat, Libération, France-Tireur, Défense de la France, Front National.

(أولا) إلغاء أسماء جميع الصحف التى ظهرت أثناء الاحتلال . والصحف التى يشملها هذا الإجراء ، تنتمى إلى إحدى هذه الفئات :

١ — جميع الصحف التى بدأت فى الظهور بعد ٢٥ يونيه سنة ١٩٤٠ (الهدنة الفرنسية الألمانية) .

٢ — جميع الصحف التى كانت موجودة قبل ٢٥ يونيه سنة ١٩٤٠ ولكنها استمرت فى الصدور أكثر من خمسة عشر يوماً بعد الهدنة فى المنطقة الشمالية ، والتى استمرت فى الصدور أكثر من خمسة عشر يوماً بعد ١١ نوفمبر سنة ١٩٤٢ فى المنطقة الجنوبية .

٣ — جميع الصحف المتهمة بالتعاون مع المحتل :

وقد قدر أن صدور الصحيفة خلال خمسة عشر يوماً تحت السيطرة الألمانية كان كافياً لإحاطة مديرها بالأثر الذى يمكن أن تحدثه بالفعل السلطة المحتلة فى الرأى العام عن طريق صحيفته .

(ثانياً) إلزام جميع مديرى الصحف الجديدة ومحرريها أن يحملوا بطاقات مهنية جديدة .

وعلى اللجان التى تقوم بتوزيع البطاقات المهنية أن تضع فى اعتبارها موقف المرشح منذ يونيه ١٩٤٠

(ثالثاً) وضع ممتلكات ومطابع الصحف التى صدرت أثناء الاحتلال تحت الحراسة .

وكان الغرض من هذا الإجراء المصلحة العامة أكثر منه العقاب ، وذلك لكى يتاح للسلطات أن تعطى للصحافة الجديدة وسائل إصدارها ، وخاصة فى مدن الأقاليم حيث لا يوجد فى الغالب سوى مطبعة صحف واحدة .

وعنيت السلطات المؤقتة بالعمل على الإسراع فى إصدار صحف جديدة خلف الجيوش الحليفة المحررة للأراضى الفرنسية قد تروى ظمأ السكان إلى الأخبار .

ومنحت تلك السلطات تصاريح الصدور إلى ثلاث فئات من الصحف :

١ — الصحف القديمة التى كانت تصدر قبل الحرب والتى لم تظهر أكثر من خمسة عشر يوماً تحت الاحتلال .

ولا ينطبق هذا الشرط إلا على القليل من صحف الأقاليم ، ولنذكر على سبيل المثال البروجريه دى ليون[1] . أما فى باريس فلم يعد إلى الظهور أية صحيفة إخبارية ، بينما عادت عدة صحف

---

(١) Le Progrés de Lyon

سياسية مثل صحيفة لومانيتيه[١] ولوبر بلير[٢] ولوب[٣] والفيجارو الصحيفة المستقلة . ومن الصحف المسائية عادت إلى الظهور صحيفة سي سوار[٤] .

٢ — الصحف السرية :

واختار معظمها الظهور فى باريس .

ومن أهم الصحف التى لا تزال تصدر حتى الآن هى : ليبراسيون[٥] وكومبا[٦] وفران تيرور[٧] وديفانس دى لافرانس[٨] التى أصبحت فرانس سوار[٩] ولى كاييه دى و ك . م[١٠] التى تحولت إلى صحيفة وصدرت باسم باريزيان ليبريه[١١] .

---

(١) L'Humanité
(٢) Le Populaire
(٣) L'Aube
(٤) Ce Soir
(٥) Libération
(٦) Combat
(٧) Frane-Tireur
(٨) Défence de la France
(٩) Farnce-Soir
(١٠) Les Cahiers de l'O. C. M.
(١١) Parisien Libéré

٣ – الصحف الجديدة التى أسستها وتديرها مجموعة خدمت فى حركة المقاومة الداخلية والخارجية . ومعظم صحف الأقاليم الحالية تنتمى إلى هذه الفئة .

وأغلب تراخيص الصدور كانت تطلب من حركات المقاومة لصحف تؤسسها بنفسها بعد التحرير . وأهم حركات المقاومة هى الجبهة القومية[١] والتحرير[٢] (الشمال والجنوب) وحركة التحرير القومية (م . ل . ن .)[٣] . واتضح أن أغلب صحف المجموعة الأولى ذات ميول شيوعية بينما صحف المجموعة الثانية اشتراكية أو تعطف على الشيوعيه ؛ أما صحف المجموعة الثالثة فهى اشتراكية أو U. D. R. S. .

وحاول رجال السياسة ، الذين تعاقبوا على وزارة الإعلام ضبط المعايير السياسية الصحافة الجديدة وذلك عن طريق إعطاء تراخيص جديدة لجعلها أكثر تمثيلا للرأى العام الحقيق . غير أن الصحف التى ظهرت فى صحراء الصحافة التى تلت تحرير فرنسا ، كانت بالطبع متفوقة على غيرها . وقد نجحت هذه الصحف فى أن تجد لها سوقاً رائجة دون أن يكون لديها رأس مال يذكر .

---

(١) Front National
(٢) Libération
(٣) Mouvement de Libération National

أما الصحف التى صرح لها بالصدور بعد الدفعات الأولى ، فنجد منها فى باريس صحيفه دى بارى بريس[١] لفيليب بارى[٢] وإيف كورى[٣] ، وصحيفه لاوردر[٤] لبوريه[٥] ، وصحيفه لوموند[٦] لبوف ميرى[٧] اللتين منحتهما حكومة الجنرال دى جول إعانة غير عادية من الورق لتمكنهما من أداء الرسالة الإخبارية التى كانت تقوم بها قبلا صحيفة الطان[٨] غير أن لوند لم تقبل قط أن تكون صحيفة شبيهة بالرسمية .

والصحف اليومية الفرنسية الآن أقل عدداً مما كانت عليه قبل الحرب ، كذلك قل توزيعها فأصبح ١٣مليون نسخة بعد أن كان ٢٠ مليوناً .

وتوزيع الصحف المسائية أضخم ، فمجلة الأيكو دى لا بريس[٩] التى تدعى أنها تعطى أرقاماً حقيقية عن التوزيع ، نشرت فى عددها

---

(١) Paris-Presse
(٢) Philippe Barrés
(٣) Eve Curie
(٤) L'Ordre
(٥) Buré
(٦) Le Monde
(٧) Beuve-Mery
(٨) Le Temps
(٩) L'Echo de la Presse

الصادر فى ٢٠ يولية سنة ١٩٤٩[١] الجدول التالى عن متوسط التوزيع فى شهر يونيه :

اسم الصحيفة		متوسط توزيعها
أوب	Aube	٤٦ر٠٠٠
أورور	Aurore	٣٢٣ر٠٠٠
سى ماتان	Ce Matin	١٩٤ر٠٠٠
كومبا	Combat	٩٧ر٠٠٠
إيبوك	Epoque	٦٦ر٠٠٠
فيجارو	Figaro	٤٠١ر٠٠٠
فران تيرور	Franc-Tireur	٢٤٥ر٠٠٠
أومانيتيه	Humanité	٢٥٢ر٠٠٠
ليبراسيون	Libération	١٤٠ر٠٠٠
باريزيان ليبريه	Parisien Libéré	٤٣٧ر٠٠٠
بوبولير	Populaire	٢٥ر٠٠٠
سى سوار	Ce Soir	٢٤٦ر٠٠٠
كرواه	Croix	١٦٦ر٠٠٠
فرانس سوار	France-Soir	٥٧٣ر٠٠٠
لوموند	Le Monde	١٦١ر٠٠٠
بارى بريس	Paris-Presse	٤٠٢ر٠٠٠

(١) يلاحظ أنه منذ هذا التاريخ كفت الصحف الآتية عن الصدور : أوب ، سى =

ويرجع هبوط وتوزيع صحف باريس العامة إلى انكماش توزيعها فى الأقاليم بالنسبة إلى ما كان عليه قبل الحرب . وقد قل مجموع ما توزعه صحافة باريس فى الأقاليم مليون نسخة على الأقل.

ويعلل هذا الانخفاض بأسباب مختلفة :

(ا) أن زبائن الأقاليم الذين انقطعت صلتهم بباريس بسبب الاحتلال والعمليات الحربية ، لم يجدوا بعد التحرير تلك الأسماء التى تعودوا عليها ؛ لم يجدوا خلف الأسماء الجديدة على الخصوص مزايا الماضى بسبب قلة الصحفيين الأكفاء وتخفيض المساحة المخصصة للمقالات الرئيسية والتحقيقات الصحفية وغير ذلك مما كان يشوق القراء إلى صحافة باريس .

(ب) أصبحت الصحافة الباريسية فى وضع أدنى بالنسبة لمنافساتها فى الأقاليم ، وذلك بسبب سوء توزيعها لعدم ملاءمة مواعيد القطارات ، الأمر الذى ترتب عليه وصول هذه الصحف متأخرة بمعدل ٢٤ ساعة إلى بعض المناطق النائية . كذلك الراحة الأسبوعية وتعطل مكاتب البريد وأكشاك التوزيع فى أيام الآحاد فى الأقاليم . وكان لإضراب الصحف ثم المواصلات وطول أمدهما أسوأ الأثر على وجه الخصوص.

= ماتان ، ايبوك ، بوبولير ، سى سوار . كما ظهرت صحف يومية أخرى لم يكتب لها النجاح . (المراجع)

(ح) ارتفاع أسعار بيع الصحف عدة مرات فى الوقت الذى لم ترتفع فيه القوة الشرائية بنفس النسبة ، أدى بكثير من القراء إلى أن يكفوا عن شراء الصحف « الإضافية » .

ويلاحظ أن صحف ما بعد الحرب تشمل عدداً أقل من صحف الأخبار ، فى الوقت الذى ازداد فيه عدد الصحف السياسية .

والواقع فإن كثيراً من الصحف تدين بحصولها على تراخيص صدورها إلى الأحزاب السياسية .

ولا توجد « مجموعات للصحف » بمعنى الكلمة ، غير أن هناك لوناً من توحيد للصحافة على مدى أوسع مما كان عليه قبل الحرب . وقد استغلت الأحزاب أو حركات المقاومة نفوذها للحصول على إعانات من الورق تستخدمها فى إصدار مطبوعات متنوعة ترمى من ورائها إلى توسيع نفوذها فى البلاد ، فنشرت الصحف الأسبوعية والرياضية والأدبية والنسوية وصحف الأطفال وغيرها .

وكان للحزب الشيوعى نصيب كبير فى هذا التوزيع ، مباشرة أو عن طريق الهيئات القريبة منه مثل اتحاد النساء الفرنسيات[1] ؛ ولكن يظهر أنه بعد انتخابات الجمعية الوطنية فى نوفمبر سنة ١٩٤٦

---

(١) Union des Femmes Françaises

اهتم هذا الحزب بتركيز جهوده فى صحفه اليومية التى يمكن أن تعيش ، وصرف نظره عن المطبوعات الأقل دخلا .

ويسمح لنا تطور الصحافة الفرنسية الجديدة ، الذى غالباً ما يصعب فصله عن تعقد الظروف المحلية ، على الأقل بأن نلاحظ اتجاهاً يكاد يكون عاماً . فقد حاول عدد كبير من الصحف التى كانت تنتمى لحركات المقاومة ، وكانت فى البداية ذات طابع سياسى ، أن تتخلص من الوصاية السياسية لتغدو أكثر استقلالا وأصبح نفوذ الشخص الذى يتولى إدارتها محدوداً .

وعرفت صحافة مابعد الحرب ظروفاً معيشية أشد قسوة مما عرفته صحافة ما قبل الحرب ؛ فلم تتمكن الصحف الفرنسية بعد التحرير حتى شهر يولية سنه ١٩٤٦ من الظهور فى أكثر من صفحتين . كما أنها كثيراً ما كانت تلجأ إلى القطع الصغير (نصف القطع العادى) . وأغلبها يصدر الآن فى ثمانى أو عشر صفحات ، غير أن إنقاص المساحة التى يمكن التصرف فيها ، كثيراً ما يؤدى إلى ضغط حجم مواد التحرير المختلفة .

ويتضح من الدراسة التى قامت بها اليونسكو فى سنة ١٩٤٧ كيفية توزيع الأبواب الرئيسية فى الصحف اليومية الكبرى فى باريس :

أخبار عامة	٩ر٩ ٪
السياسة الداخلية الفرنسية	٨ر٩ ٪
أخبار خارجية	٨ر٩ ٪
أخبار الأقاليم	٨ر٩ ٪
المقالات الرئيسية	١٥ر٦ ٪
الرياضة	١٤ر٧ ٪
صور	١١ر٤ ٪
إعلانات	٢١ر٨ ٪

وكانت الصحف اليومية تستهلك قبل الحرب من ٣٠ إلى ٣٥ ألف طن من الورق فى الشهر ؛ يصنع الجزء الأكبر من هذه الكمية فى فرنسا من العجينة أو الخشب المستوردين من الخارج . ولم تكن فرنسا تستورد من ورق الصحف أكثر من ٢٠ أو ٢٥ ألف طن فى السنة

ويعتبر تخريب المصانع من جراء الحرب أمرا هينا إذا قيس بالعجز الذى أصاب تموين البلاد بالمواد الأولية والذى استمر فترة طويلة بعد التحرير ؛ فقد قل الفحم وتلاه الخشب فالعجينة والكاولين والتالك . ونتيجة لهذا النقص فى المواد الأولية ، لم تتعد قدرة المصانع الفرنسية ثمانية آلاف أو عشرة آلاف طن فى الشهر ، بينما كان مقدرا لها نظريا أربعة وعشرون ألف طن .

ونظرا لقلة العملات الأجنبية لم يكن فى استطاعة فرنسا أن تشترى إلا كميات محدودة من الورق أومن عجينته خارج حدودها، مما أدى إلى إخضاع ورق الصحف لنظام البطاقات حتى سنة ١٩٤٩ .

وكانت لجنة ورق الصحف[١] تقوم بتوزيع الورق أثناء الحرب وبعد التحرير مباشرة والدور الرئيسى لهذه اللجنة التى أنشئت فى سنة ١٩٣٦ ، هو تنظيم عملية توزيع الورق المستورد . ولكن منذ سنة ١٩٣٩ أخذت تقوم تدريجيا بدور المنظمة الجماعية التى تمثل كل الصحف المستهلكة للورق لتجابه المنتجين الفرنسيين والأجانب المتحدين اتحادا قويا .

وكانت هذه اللجنة إحدى منظمات الدولة . واحتج اتحاد الصحافة[٢] على عملية توزيع الورق التى تقوم بها الإدارة مباشرة ، مما دعا إلى تكوين الشركة المهنية لورق الصحف[٣] ، فى ٢٦ مايو سنة ١٩٤٧ ، وهى أكثر أجهزة الصحافة الفرنسية أصالة لفترة مابعد الحرب :

إن المساهمين فى هذه الشركة هم مستهلكو ورق الصحف .

---

(١) Le Comité des Papiers des Presse

(٢) La Fédération de la Presse

(٣) La Société Professionnelle des Papiers de Presse

وكل صحيفة أو مجموعة من الصحف تستهلك ١٨٠ طنا من الورق شهريا ممثلة بصوت واحد فى مجلس الإدارة . ويمثل الحكومة فى المجلس عضو عن الإنتاج الصناعى وعضو عن الاقتصاد القومى وعضو عن الاستعلامات ومراقب مالى . وتحتكر الشركة شراء الورق من فرنسا والخارج وتضع أسعار البيع بعد التصديق عليها من وزارة الاقتصاد القومى . وهى تحل جميع مشاكل التموين وتهيء وسائل النقل النهرى أو الحديدى ؛ ولا يقتصر نشاطها على تموين صحف فرنسا بل يتعداه إلى صحف الاتحاد الفرنسى . ومهمة هذه الشركة معقدة نظرا لتنوع مقاييس الورق ؛ فهناك مقاسان رئيسيان يمثلان نصف الاستهلاك الكلى ، وإلى جانبهما مقاييس مختلفة أخرى يبلغ عددها الثمانين تستعمل فى أنحاء فرنسا . وإنه من المستحيل عمليا توحيدها ، ذلك لأن أغلب الآلات التى تنتجها أجنبية ومن المحال تغييرها الآن .

ومن النتائج الهامة التى أسفرت عنها الأوضاع المعمول بها فى الشركة المهنية أن ورق البوبين الساتينية العادى الذى تستعمله غالبية الصحف يباع بنفس الثمن لجميع صحف فرنسا مهما يكن موقعها الجغرافى ومهما تكن الكمية التى تستهلكها : ولا يمكن الوصول إلى هذه النتيجة إلا بنظام توزيع يغلب عليه التعقيد .

وهناك نص يسمح بسداد ثمن الورق عند الاستلام . وهذه

الشركة المهنية غير معرضة للخسارة . ولكن العودة إلى نظام حرية التموين تجد أنصارا متحمسين ليس فقط بين أصحاب مصانع الورق الفرنسيين ، ولكن بين عدد كبير من الصحف التى تدافع عن هذه الحرية .

وليست هذه الشركة الوحيدة من نوعها ، إذ توجد فى الدانيمارك منظمة تعاونية مماثلة ، لها اختصاص أوسع لأنها تمون الصحف بشتى أنواع المواد الأولية من حبر ورصاص وغيرهما .

ويواجه طبع الصحف الجديدة مشاكل لم تكن معروفة قبل الحرب ؛ فأغلب الصحف القديمة والجديدة تمثل دور الصحف المعطلة وتستخدم مطابعها وقد كان من الضرورى أن تزود بوسائل إصدارها ، الأمر الذى ترتب عليه ذلك النظام الخاص الذى انفردت به فرنسا والذى أتاح للصحافة الجديدة بأن تطبع . وتسيطر الدولة حاليا على أكثر من ٨٠ ٪ من مطابع الصحف . وقد وكل إلى مصلحة الأملاك فى بادئ الأمر إدارة هذا الجهاز الضخم . ومنذ صدور قانون ١١ مايو سنة ١٩٤٦ أصبحت تديره ، لحساب الدولة ، شركة المؤسسات الصحفية الأهلية[١] .

---

(١) Société Nationale des Entreprises de Presse

وتقوم الشركة المذكورة بإدارة أموال ٨٥٥ شركة كانت تصدر صحفا أثناء الاحتلال (ويتألف أكثر من نصف دخل هذه الصحف ومطابعها من طباعة الصحف). ويمتد اختصاصها إلى ١١٢ مطبعة ، منها ١١ فى باريس تعد من أهم مطابع فرنسا ، وإلى أربعة آلاف شخص .

وتدير الشركة هذه الأموال بصفة مؤقتة . ولكن هذا التوقيت المتوقع فى أول الأمر لستة شهور ، سيظل قائما طالما لم يوافق البرلمان على قانون الصحافة . غير أن المؤسسات التى حولت إلى هذه الشركة لم تؤمم . وعندما تقدم الصحيفة للقضاء ويصدر الحكم بإدانتها ، تصادر أموالها ولا يصرف لها أى تعويض . أما إذا برئت أو لم يكن هناك محل للسير فى الدعوى ؛ فإنها تؤول مع ذلك إلى الشركة الأهلية المؤسسات الصحفية طبقا للقانون ويدفع لها تعويض . ولم تتصرف هذه الشركة بعد فى أيٍ من الأموال المصادرة ولا تستطيع أن تبيع إلا لصحف تسير طبقا لقانون الصحافة ، إلا أن هذا القانون لم يوافق البرلمان عليه بعد[1] .

---

(١) وضع هذا الكتاب قبل صدور قانون ٢ أغسطس سنة ١٩٥٤ الذى يتميز بالعودة إلى المؤسسات الخاصة . (المراجع)

وكانت وكالة هاشيت[١] قبل الحرب، تقوم بتوزيع الصحف متمتعة بنوع من الاحتكار. أما بعد تحرير فرنسا، فقد عدل نظام التوزيع التعاونى الذى وضعه الألمان أثناء الاحتلال. وتأسست عندئذ الوكالة الفرنسية لتوزيع الصحف[٢]، وهى عبارة عن شركة تعاونية بلا رأسمال، تضم الصحف المنتفعة بها. والغرض منها تحرير الصحف من احتكار رأسمالى ووضع شروط متساوية لجميع الصحف كبيرها وصغيرها.

وقد لاقت هذه المنظمة صعوبات خطيرة لأنها لم تُستغل فى ظروف تجارية صارمة. فقد كانت تعيد المرتجعات بالمجان إلى الصحف التى كانت تدفع تعريفة متساوية مهما يكن عدد المطبوع منها؛ مما أثقل كاهل الوكالة التى لم تكن تتقاضى أجرها إلا على النسخ المباعة. (فإذا طرحت صحيفة فى السوق ١٠٠ نسخة وعاد ٦٠ ٪ منها، فإن الوكالة لا تقبض عمولتها إلا على الأربعين ألف نسخة المباعة).

ولما كانت الإدارة ليست بعيدة عن كل نفوذ سياسى، فقد كان عدد موظفيها يزيد عن الحاجة فأدى ذلك إلى ارتفاع باب

---

(١) Messageries Hachette

(٢) Messageries Françases de Presse

الأجور ارتفاعا فاحشا . ولما كان مستخدمو قسم التوزيع بالبريد تابعين لنقابة الكتاب ، فإنهم كانوا يتقاضون علاوات سرعان ما تشمل موظفى الوكالة كلهم .

وفضلا عن ذلك ، فقد كان على الوكالة الفرنسية لتوزيع الصحف أن تواجه المنافسة وخاصة منافسة الوكالة « السريعة[١] » التى تأسست سنة ١٩٤٥ من بعض مستخدمى وكالة « هاشيت » الذين فصلتهم الوكالة الجديدة . وضمت الوكالة « السريعة » إليها الصحف الضخمة . أما الوكالة الفرنسية لتوزيع الصحف ، فإن أغلب زبائنها كانوا غير مربحين .

وأخيرا ، فإن إضراب فبراير سنة ١٩٤٧ الذى استغرق ثلاثة وثلاثين يوما وجه إلى الوكالة الفرنسية للتوزيع الضربة القاضية ، إذ اضطرت إلى دفع أجور موظفيها وعمالها دون أن يدخل إليها مليم واحد فى هذه المدة . وكان الإفلاس هو النهاية الطبيعية لهذه التجارة الفاسدة ، لو لم تر الحكومة أنه من الأفضل إنقاذ سمعتها .

وأرسى قانون ٢ أبريل سنة ١٩٤٧ اللائحة النظامية لمؤسسات التوزيع .

وعلى أثر هـذا القانون رأت النور عدة شركات تعاونية

---

(١) L'Expéditive

أعضاؤها من الصحف وأهمها الوكالة الجديدة لتوزيع الصحافة الباريسية(١) التي توزع أغلب صحف باريس . وتساهم الشركات التعاونية للصحف بـ ٥١ ٪ من رأس مالها بينما دفعت الجزء الباقي شركة تابعة لدار هاشيت . وتضمن الدولة هذه الشركات التعاونية للتوزيع في حدود ٤٠٠ مليون فرنك نصفها للوكالة الجديدة لتوزيع الصحافة الباريسية التي منحتها اعتمادات مصرفية .

ويعتبر دخل الإعلانات اليوم ، كما كانت قبل الحرب ، ضروريا لسد العجز الناشئ عن استغلال الصحف . غير أن هذه الإعلانات أصبحت أقل مما كانت عليه قبل الحرب . وإن المؤسسات الفرنسية لم يكن لديها فيما مضى حاسة إعلانية قوية ، هذا إذا استثنينا بعض المؤسسات الكبرى . ولكن الأحوال التي أعقبت الحرب والتي اتسمت بقلة البضائع وزيادة الطلب على الإنتاج جعلت الإعلانات عديمة الفائدة .

يضاف إلى ذلك أن الأخصائيين الأنجلوسكسونيين يزعمون أن سوق الإعلانات في فرنسا سيء التنظيم . وإلى جانب عدد كبير جداً من وكالات الإعلان الصغيرة : كانت « هافاس » — وهي لون من الاحتكار — الوكالة الوحيدة ذات الدخل

---

(١) Les Nowelles Messageries de la Presse Parisienne

الوفير . وبعد التحرير أممت « هافاس » . وتمتلك الدولة أكثر من نصف أسهمها كما أن عددا كبيرا من الوزارات ممثل فى مجلس إدارتها . وأحيانا لا تتيح كثرة عدد الهيئات الحكومية الممثلة فى هذا المجلس عقده إلا متأخرا عن موعده بعدة شهور . وفى هذه الظروف يصعب على الإدارة ، وقد أعيتها اللوائح الحكومية أن تعمل بجرأة وحيوية وهما أمران ضروريان لتجديد المناهج وتنشيط السوق .

وقليل من الصحف ينفرد بإعلانات وفيرة كصحيفة الفيجارو - مثلا ؛ لأن معظمها ضعيف التوزيع ، فلا تغرى المعلن إلا قليلا . ويؤدى تخاطف المعلن إلى خفض تعريفة الإعلان ، وخاصة إلى دفع بعض الصحف إلى جذب المعلن بوعده بأماكن ممتازة (صفحة أولى ، أو وضع إعلانه فى النصف) ، الأمر الذى لم تفكر فيه أية صحيفة قبل الحرب .

وطالب عدد كبير من الصحف بإعادة النظر فى القانون الذى لا يجيز الإعلان عن المستحضرات الطبية ، وهو أمر كان منتشرا قبل الحرب فى فرنسا ويعتمد على سرعة تصديق الجمهور .

وفى الشهور الأولى التى أعقبت تحرير فرنسا كان الاتجار فى الصحف مجزيا للغاية ، ولكن الآية انقلبت رأسا على عقب بعد ذلك بسبب عوامل نذكر بعضها فيما يلى :

(ا) تزايد الأعباء الملقاة على عاتق الصحف بسبب الأجور والمصروفات الثابتة على الأجور والنقل والتوزيع والطباعة والورق الخ ...

(ب) قلة الورق أدت إلى عدم تمكن الصحف الممتازة من إثبات تفوقها على المنافسين الذين هم دونها .

(حـ) تناقص عدد قراء الصحف لقلة مايستحق القراءة فيها ، على الرغم من ارتفاع أسعارها .

(د) عدم كفاية دخل الإعلانات .

إن حالة عدم الاستقرار فى كثير من الصحف تحمل فى طياتها أخطارا من وجهة النظر القومية ؛ ففى أول الأمر كانت الصحافة الجديدة التى تأسست بدون رأس مال نظيفة وبعيدة عن المؤثرات الخفية ؛ غير أن الخسائر التى لحقت ببعضها اضطرتها إلى التماس سبل العيش بكافة الوسائل ، فلجأت إلى طلب العون خفية وعلانية وفى هذه الحال ، بدلا من أن تكون الصحيفة أداة لإخبار الجمهور وتعليمه ، أصبحت أداة للضغط على الرأى وعلى السلطات العامة خدمة لمصالح مالية غير محترمة أو فيها كل الضرر .

وعندما يتوافر الورق ، سوف يأتى اليوم الذى تظهر فيه صحف تعطى أخبارا وافية ومادة تحريرية غزيرة ، فتصادف

هوى كبيرا فى نفوس القراء ويزداد بالتالى توزيعها ودخل إعلاناتها . وإن احتجاب بعض الصحف الذى لا يسعنا إلا أن نأسف له ، سيكون بمثابة الفدية التى يتطلبها التماثل الذى يسمح ، على وجه العموم ، لصحف قليلة العدد ولكنها قوية أن تعيش كريمة مستقلة .

خاتمـــة

إن حالة عدم الاستقرار التي تسود الصحافة الفرنسية ، الآن قد ترجع إلى الانقلابات التى أحدثتها الحرب والاحتلال الأجنبي . والعودة إلى الظروف الطبيعية لن تتحقق بدون عناء أو عقبات . ولكن ، بعد تطهير وتجديد للمناهج والإدارة ، لابد أن يرتفع مستوى الصحف الفرنسية بسرعة كبيرة . فللصحافة الفرنسية تقاليد عريقة . وإن أسماء جيراردان[١] وفيمزان[٢] وميلو[٣] لتبرهن على ما تستطيعه من أعمال جليلة . إن لدى هذه الصحافة إمكانيات ضخمة من صحفيين مثقفين مبتكرين ، يكتبون جيدا ولديهم ملكة حب الاستطلاع وتغلب عليهم صفة المغامرة .

---

(١) Girardin
(٢) Villemesant
(٣) Millaud

٤ — الصحافة السوفيتية

ميزاتها العامة :

إنه من الصعب الحصول على بيانات إحصائية أكيدة عن الصحافة الروسية . وعلى أى حال فإنه من المعروف أنه كانت توجد فى الاتحاد السوفيتى سنة ١٩٣٩ ، ٨٠٠٠ صحيفة يبلغ مجموع ما توزعه حوالى الأربعين مليون نسخة يوميا . وعدد الصحف يساوى عشرة أضعاف ما كان عليه قبل الثورة الروسية . كذلك التوزيع . واليوم ، على الرغم من هذا التقدم ، فإنه لا يوجد عدد كاف من الصحف يشبع نهم القارئ . وليس بنادر أن نرى طوابير القراء منتظرة أمام أكشاك الصحف . وهذا التقدم فى صحافة روسيا السوفيتية ، منذ بضع سنوات ، يرجع قبل كل شيء إلى التقدم الكبير الذى وصل إليه التعليم بين الطبقات الشعبية . وروسيا عبارة عن اتحاد يضم جمهوريات تتكلم بلغات مختلفة . فبينما كانت الصحافة قبل الثورة لا تظهر إلا بحوالى عشرين لغة مختلفة ، فإنه يوجد اليوم صحف تصدر فى السبعين لغة التى تتكلم بها مختلف شعوب الاتحاد السوفيتى .

بيد أن ميزات الصحافة الروسية تختلف تماما عن ميزات أكثر صحف البلاد الأخرى . ففى روسيا توجد صحافة ذات طابع شيوعى متميز .

وأول ما تتميز به الصحف الروسية أنها ليست ملكا لأفراد أو لشركات خاصة . ويوجد فى روسيا ثلاث قوى منظمة هى : الحزب الشيوعى والحكومة السوفيتية والمجلس المركزى للنقابات . ولكل من هذه القوى صحافتها التى تخاطب جميع الطبقات ؛ فللجنة المركزية للحزب الشيوعى صحيفة براقدا[١] وللمجلس السوفييت الأعلى (الحكومة الاتحادية) صحيفة ازفستيا[٢] . أما صحيفة اللجنة المركزية للنقابات فهى « ترود »[٣] .

وفى داخل الجمهوريات الاتحادية المختلفة توجد الصحف الإقليمية الخاصة بتلك الأجهزة المختلفة ؛ فمثلا حكومة أوكرانيا السوفيتية تصدر صحيفة أوكرانيا السوفيتية ؛ وكذلك الحال فى روسيا البيضاء السوفيتية . ويجدر بنا أن نذكر أن براقدا فى اسم صحيفة ما غالبا ما يدل على أنها لسان حال الحزب الشيوعى فى الناحية أو الإقليم . كذلك تشير كلمة سوفيتسكى إلى أن هذه الصحيفة التى تحملها حكومية .

وفى بعض الأحيان ، توفيرا للورق والجهود ، تدمج فى المدينة نفسها صحيفتان أو أكثر فى صحيفة واحدة .

---

(١) Pravde
(٢) Izvestia
(٣) Troud

وجدير بالذكر أن الحزب الشيوعي ممثل دائما في كل صحيفة سواء أكانت حكومية أو نقابية أو غير ذلك بفضل الخلايا التي توجد في كل منها .

وعلى الرغم من هذا التدرج الهرمي ، فإننا نجد تنوعا كبيرا في صحافة روسيا السوفيتية كي تلائم مختلف الأذواق . إذ أن كثيرا من الصحف تصدرها نقابات مهنية مختلفة ، وأخرى تصدرها رابطات الفنانين والكتاب . . . كما أن لكل وزارة صحيفتها . فمثلا صحيفة النجم الأحمر هي لسان حال وزارة الدفاع الوطني و « كراسني فلوث » تصدرها وزارة البحرية . وتوجد أيضا صحف عسكرية متنوعة مخصصة لجنود مختلف الأسلحة . ولكنها لا تباع للجمهور . وهناك صحف متخصصة في الأدب وأخرى في السينما . وتوجـــد مطبوعات لهيئات التدريس والخدمات الصحية . والصحافة الريفية وفيرة ، وخصصت بعض الصحف نفسها لقرائها من الخلكوز[1] . وتقوم الحكومة بتشجيع الصحف الصغيرة التي تصدر في القرى ، ولم يكن في روسيا إلى وقت قريب صحف للمرأة ؛ فأصدر مجلس النقابات المركزي أخيرا صحيفة أسبوعية لهذا الغرض أطلق عليها اسم العاملة كما يوجد أيضا صحف للرياضة واسعة الانتشار .

---

(١) الفلاحين الجماعيين .

ولا توجد فى روسيا السوفيتية صحف ذات طابع تجارى، كما هى الحال فى الولايات المتحدة؛ لأن الغرض من إصدار الصحيفة فى روسيا هو توجيه الرأى العام. ويبذل الروس قصارى جهدهم فى تكوين الشباب بوجه خاص. ويوجد مايقرب من مائة صحيفة تصدر خصيصا للشبيبة، ويتجاوز مجموع ماتوزعه من نسخ المليونين يوميا. وللشبيبة الشيوعية صحيفتها، وكذلك الكشافة السوفيتية (صحيفة الرواد)؛ ويدير سياستها الحكام السوفييت لأنها من أوائل الصحف، ولأنها أداة للتكوين العقلى والسياسى والخلقى للشباب.

وتعطينا صحيفة برافدا (الحقيقة) صورة واضحة للدور الذى تلعبه الصحافة الروسية. وقد منحت وسام لينين لمساهمتها الفعالة فى تكوين العمال طبقا لروح أفكار لينين وستالين. والبرافدا أقدم الصحف السوفيتية. وقد صدر عددها رقم ١٠٠٠٠ فى ٢٤ سبتمبر سنة ١٩٤٥. وصدر أول عدد منها فى بترسبورج تحت الحكم القيصرى. وأنشئت وفقا لتعاليم لينين وتوجيهات ستالين فى الوقت الذى بدأ فيه انطلاق الحركة العمالية. فضمت إلى البلشفية جمهورا كبيرا من الطبقة العمالية. وكثيرا ماكانت هذه الصحيفة هدفا لاضطهاد البوليس والغرامات والمصادرة. وقد عطلتها الحكومة القيصرية ثمانى مرات؛ فكانت تظهر فى كل

مرة باسم جديد . ويعود الفضل فى وجودها إلى التأييد الفعلى لعشرات آلاف العمال الذين كانوا يجمعون لها التبرعات من بعضهم البعض . وكانت الأعداد الصادرة توزع سرا بمساعدة العمال ، فكانت سلاحا قويا لجذب الروس إلى المبادئ الشيوعية . وكانت الصحيفة تنشر خطابات من عمال يصفون ظروف معيشتهم ووسائل استغلالهم والعسف الذى كانوا يعانونه ومطالبهم . وكانت الصحيفة تكيل بعنف الاتهامات للنظام الرأسمالى وتشعل نار الكفاح الثورى فى نفوس الفلاحين . ويبلغ توزيع هذه الصحيفة التى تعتبر أقدم الصحف فى روسيا السوفيتية ما يزيد على مليونى نسخة يوميا فى الوقت الحاضر .

والبراڤدا والأزفستيا هما الصحيفتان الموجهتان السوفيتيتان ، وتصدر كل منهما فى موسكو . وهما أكثر الصحف نفوذا نظرا لتوزيعهما وحجمهما وشعبيتهما وغزارة مادتهما .

ومن أهم ما تتميز به الصحافة الروسية شعبيتها . ولم يكن تغلغل الصحف فى الأوساط الشعبية راجعا إلى الجهود الضخمة التى بذلها السوفيت فى تعليم القراءة حتى للبالغين فقط ، بل إن الشعب نفسه اشترك بدرجة ما فى صنع الصحيفة . والقراء مصادر حية للأخبار والمراسلات والمقالات . فهم يزودون الصحافة السوفيتية بجزء من مادتها التحريرية . والصحيفة التى ليس لديها

عدد كبير من المصاحفين المتطوعين تعتبر غير ناجحة . ويسمى هذا الجيش من المصاحفين المتبرعين قواد الرأى العام . وهؤلاء القراء الذين أصبحوا كتابا يتحولون أحيانا إلى محررين منتظمين لا مؤقتين . فالعمال المفكرون والفلاحون هم المحررون فى الصحف النقابية والمحلية مع احتفاظهم بوظائفهم فى المصنع أو المكتب .

وتناقش أحيانا على صفحات الجرائد السوفيتية بعض المشروعات الهامة المقدمة من الحكومة أو من الحزب ، وذلك قبل أن يوضع النص النهائى لها . وترى السلطات السوفيتية أن قوة الصحافة ماثلة فى العلاقات المباشرة والحية التى توطدها بين الشعب ورجال الدولة ، لأنها تجمع الأفكار المبتكرة التى « للعمال » بينما يختص بالمشروعات التى لا ضرر من مناقشتها علنا قبل تنفيذها ، فإن المناقشات التى تفتح أبوابها على صفحات الجرائد تسمح إلى حد ما باستبانة رأى العمال ورغباتهم . وتؤكد السلطات السوفيتية أنها تعمل حسابا للرأى الذى استخلصته بهذه الطريقة عند وضعها النص النهائى للمشروع .

وبحسب مقاييسنا ، لا تكاد توجد حرية للصحافة فى روسيا . ومع ذلك ، فإننا لو سألنا الروس رأيهم فى هذا الموضوع ، ادعوا أن صحافتهم حرة كصحافة الغرب ، بل وربما أكثر حرية .

ويؤكدون أن أقل مواطن عندهم يستطيع بسهولة أن يسمع صوته وعلى عكس الفكرة الشائعة عندنا ، فإن الصحافة الروسية حرة في توجيه النقد . وكثيرا ما تنشر رسائل عمالية تحوى فى أغلب الأحيان انتقادات مرة يسير المنظمات الحكومية . وتنصب معظم هذه الرسائل على مؤسسات الدولة المحلية أو الموظفين المحليين . ويندر أن تتعرض الشكاوى أو الانتقادات لنشاط الجهات العليا فى الحكومة والوزراء والهيئات الموجهة للحزب . وقد تستخلص هذه الانتقادات بحكمة ، وقد يفضل الصاحفون، حسب التوجيهات الرسمية ، أن يوجهوا انتباههم إلى النشاط المحلى الذى يشاهدونه .

ولكى يعطو صورة واضحة لحرية النقد هذه ، يقدمون مثلا المجلة السافرة الكبرى التى يسمونها « التمساح » وتوزع هذه الصحيفة ١٥٠ ألف نسخة . ويبدو أن هيئة تحريرها مفوضة تفويضا تاما فى نقد الروتين الحكومى فى الاتحادالسوفيتى ويعبر عن هذا النقد غالبا بالرسوم الساخرة الموضحة ببعض العبارات ، كما هى الحال فى مجلاتنا الأسبوعية . مثال ذلك الرسم الذى نشر أخيرا لغرفة انتظار رئيس إحدى البلديات السوفيتية وقداحتشدت بالزوار . وكتب تحته ما يلى :

الزائر الجديد : هل سيطول الانتظار ؟

أحد الزوار : لا أعرف ، فأنا انتظر منذ ثلاثة شهور فقط .

ولا تعدم الصحافة الروسية من المقالات السياسية الرئيسية ، غير أنها تحتل حيزا أضيق من ذلك الذى تحتله الموضوعات العملية ذات الفائدة المباشرة التى تمس نشاط كل فرد فى الأوساط الدنيا من البرامج الوطنية . ولا تتحدث الصحف فى الاتحاد السوفيتى إطلاقا عن الموضوعات العسكرية والديبلوماسية والسياسية ، بينما تهتم كل الاهتمام بتنظيم الأمور المشتركة فى صعيد المصنع والقرية والنقابة المحلية أيضا . والأمر الكبير المشترك الذى يشغل بال روسيا السوفيتية اليوم هو بناء أو إعادة بناء البلاد ، والبحث عن وسيلة لتزويد المصانع بالحديد الزهر والكهرباء وتوفير حياة ملائمة للعمال . تلك هى الموضوعات التى لا تمل الصحف من التحدث إلى القراء عنها .

والاشتغال بالصحافة فى روسيا غير مباح لكل من هب ودب كما هى الحال فى الدول الغربية . فالصحافيون فى روسيا موظفون مختصون ، يختارون فى أغلب الأحيان من بين مراسلى الصحف الصغيرة التى تصدرها المؤسسات . والذين يلفتون نظر الرؤساء بمهارتهم ويرسلون إلى إحدى مدارس الصحافة العديدة حيث يتلقون دروسا لمدة تتراوح بين ثلاثة شهور وستة شهور وسنة وسنتين حسب التأهيل الذى يستصوبونه لكل منهم . وعندما يتخرج هؤلاء الصحفيون يعاملون مثل الأطباء والمهندسين ،

فيعينون ، فى بادئ الأمر ، فى وظيفة قليلة الأهمية فى أقاصى منطقة الاستبس أو فى العاصمة ؛ ثم يتقدمون بالتدريج حسب كفاءتهم والمهمة التى يمكن إسنادها إليهم إلى مناصب ذات مسئوليات أكبر أو يظلون فى أماكنهم لا يتحركون منها .

ولا تخضع سياسة الصحيفة لرجل واحد أبدا ، بل يقررها مجلس تحرير يكون الحزب الشيوعى ممثلا فيه دائما .

وأخيراً ، فإن الصحافة السوفيتية تعكس احتياجات محددة لشعب يخضع لنظام محدد هو النظام الشيوعى . ومع ذلك فهى تعكس برنامجا ثابتا لأنها قابلة للتطور مثل سياسة النظام السوفيتى نفسها .

٥ — الصحافة الألمانيه

مميزاتها العامة :

تنتمى الصحافة فى معظم بلاد العالم إلى إحدى الأنظمة التى درسناها حتى الآن . فالصحف البلجيكية تشبه الصحف الفرنسية وصحافة الولايات المتحدة تؤثر على صحف أمريكا اللاتينية ؛ كما أنه يبدو على الصحف الكندية الأثر الإنجليزى والفرنسى والأمريكى .

أما الصحافة الألمانية فلها وضع خاص ، على الرغم من أنها كادت أن تختفى بعد انهيار الرايخ الثالث فى سنة ١٩٥٤ . ولم يؤن الأوان بعد لكى نستخلص مميزاتها الصحيحة وميولها الدائمة ، وذلك لأنها بطيئة فى انبعاثها .

وللصحافة الألمانية ماض طويل . وفى ألمانيا بدأت المطبعة تحبو بفضل جوتنبرج وكانت الجازيتات فى ألمانيا كثيرة فى القرن السابع عشر . ولكن حتى منتصف القرن التاسع عشر ، كانت الصحافة فى ألمانيا أقل شأنا من صحافة فرنسا وانجلترا فى ذلك العهد ؛ لأن معظمها كان خاضعا لسلطان صغار الطغاة وكبارهم . وأدت ثورة سنة ١٨٤٨ إلى انطلاق حرية الصحافة لفترة وجيزة ، ولكن سرعان ما أعقبها ضغط شديد ؛ فعادت المقالات السياسية إلى تفاهتها وانكب الصحافيون على بابى الحياة الأدبية والاجتماعية .

وشهد النصف الثانى من القرن التاسع عشر تقدما اقتصاديا فريدا ساعد عليه مد السكك الحديدية وتعدد الصناعات . ولكى تستجيب الصحف إلى احتياجات الطبقة البورجوازية التى تتابع فى اهتمام أخبار سوق الأوراق المالية ، نشرت مقالات أعمق فأعمق عن المسائل الاقتصادية والمالية . والصحافة الألمانية حتى اليوم ، كثيرا ما تلفت الأنظار بمتانة دراساتها الاقتصادية .

وعندما تم توحيد ألمانيا بعد انتصارها فى الحرب (السبعينية) (١٨٧٠ — ١٨٧١) ، أصدرت القانون الامبراطورى الخاص بالصحافة الذى يلغى الرقابة . ولكن أحكام القانون الزاجرة التى تضمنها التنظيم الجديد أتاحت لبسمارك الذى بدأ كفاحه ضد خصومه من الكاثوليك[1] ، أن يعتمد على صحافة مطيعة تظل عاطلة وبدون أهداف .

وفى مطلع القرن العشرين ساعدت كثرة الإعلانات والقراء على تقدم الصحافة التى عرفت خلال بضعة شهور ، وفى عهد جمهورية ڤيمار[2] ، حرية لم يسبق لها مثيل . ولكنها لم تلبث أن سقطت تحت ضربات الاشتراكية الوطنية .

ادعى النظام الهتلرى أن الصحيفة يجب ألا تكون « سلعة » بل عنصرا من عناصر « الثقافة الشعبية » وألغى بوسائله الملتوية الصحافة المعارضة كلها . ولم يكن فى الاستطاعة إدارة صحيفة إلا بواسطة مديرين وصحفيين معتمدين ومطهرين يمتثلون لتعليمات حزب النازى ؛ فاختفت جميع الصحف الصغيرة فى العاصمة والأقاليم ، وكانت تنبض بالحياة . وتميزت جميع الصحف

---

(١) Kulturkampf

(٢) Weimar

التى عاشت بعد ذلك برضى وزارة الدعاية ، بلهجة ووجهات نظر موحدة .

وبعد هزيمة ١٩٤٥ اختفت جميع الصحف القديمة ، ورخصت سلطات الاحتلال ، حسب الأوضاع التى تختلف باختلاف المناطق لصحف جديدة بالظهور . وكان على مديرى الصحف وموظفيها أن يثبتوا للأقسام المختصة أنهم لم يكونوا على صلة بالنازية . وما لبثت أن تحولت الرقابة الوقائية إلى رقابة لاحقة ، مع توجيه الإنذرات واستخدام وسائل القسر الأخرى مع الصحف التى لم تمتثل لتعليمات السلطات المحتلة . وفى سنة ١٩٤٩ عندما حل النظام المدنى محل النظام العسكرى تمكنت الصحف من الظهور بحرية .

غير أن قلة الورق التى اضطرت هذه الصحف إلى الظهور ثلاث مرات فى الأسبوع فقط حددت أيضا عدد الصفحات . وعندما تعود الظروف الاقتصادية والسياسية إلى حالتها الطبيعية ، ستتغير بسرعة معالم هذه الصحافة . ولابد من الانتظار بضع سنوات حتى تتمكن من أن تجد طريقها[1] .

---

(١) عادت الظروف الاقتصادية إلى حالتها الطبيعية اليوم . (المترجم)

الباب الثالث

الصحافه والرأى

للصحافة فى المجتمعات الحديثة دور مزدوج : فهى وسيلة الإخبار وأداة لنقل الرأى . وتقوم الصحف اليومية بصفة خاصة ، بأداء رسالة الإخبار هذه ، ولكنها مهما تكن ضخامتها ، فإنه يوجد إلى جانبها مصادر أخرى للأخبار نخص منها بالذكر المجلات الفنية والمجلات المتخصصة . وقدأوضح المعقب الأمريكى المشهور ولتر ليبمان(1) ، وهو يحلل ما ندعوه بالرأى ، أننا لا نحكم على الأشياء فى ذاتها ، بل على الصورة التى نكونها نحن عنها ، إذ يقول فى ذلك : « إن الصورة التى فى رءوسنا هى مادة آرائنا ومضمونها » .

بيد أن الصحف اليومية تساهم بجزء فقط فى تكوين « هذه الصورة فى رءوسنا » . وفى أيامنا هذه أيضا ، نجد أن للكلام فى الاجتماعات العامة والمحاكم والمنابر قوة سحرية . وقد استغل هتلر هذه الناحية بمهارة فائقة . كما أن الكتاب والإعلان الملصق

---

(1) Walter Lippmann

من الوسائل الفعالة فى التأثير على الرأى . وتسلطت السينما والإذاعة على عقول الجماهير إلى درجة جعلتنا نعتقد خطأ أنهما سوف يخلعان الصحافة عن عرشها .

وفى المنافسة بين هذه الوسائل المتعددة التى يراد بها نقش رءوس الناس بصور قوية وباقية تكوّن آراءهم ، تلعب المجلات ذات الدورية المختلفة دوراً هائلا ؛ إذ أنها تكون اللوحة الرصينة التى تنطبع عليها وتمتزج فيها صور الصحف اليومية . والمجلات الشهرية الكبرى بدراساتها العميقة وقصصها المسلسلة لذات أثر ؛ لا يتجاوز عددا معينا من العقول . والجماهير أكثر تأثرا بصور الصحف الأسبوعية وخاصة بالمجلات المصورة التى يتضاعف عددها والتى تحل الصورة الفوتغرافية فيها محل الرواية .

والأثر النسبى الذى تتركه الدوريات والصحف اليومية فى عقول الشعوب مائع إلى حد لا يمكن معه محاولة قياسه . غير أنه بطريق غير مباشر تبدو أهمية كل منها من أرقام استهلاكها للورق . ومن قائمة تبين توزيع ورق الصحف فى فرنسا فى ٣١ ديسمبر سنة ١٩٤٧ : اتضح أن الجرائد اليومية نالت ١٠ آلاف طن فى الشهر ، بينما خص الدوريات ٧٫٠٨٠ طنا .

ويبدو أن الأمريكيين أحرزوا تقدما فنيا وتجاريا هاما فى دورياتهم . فقد عرفوا كيف يمهدون لها سبل سعة الانتشار

ويصلون بتوزيعها إلى ملايين النسخ ويحصلون من الإعلانات على دخل مالى ضخم لم يسبق له مثيل . وأدخلوا أيضا التحسينات على أنواع قديمة من الصحف ؛ كمجلة لايف[١] المصورة مثلا ، كما ابتكروا أنواع جديدة كالمختار[٢] ، تلك المجلة التى تلخص خير المقالات التى نشرت فى الصحف الأخرى ؛ وكالتايم[٣] ونيوز ويك[٤] الأسبوعيتين المعنيتين بالأخبار العامة ، ولا يوجد لهما مثيل بين الصحف الأخرى .

وعند دراسة صحافة بلد من البلاد يفرد عادة للصحافة اليومية مكان خاص ؛ وبالفعل فإننا نبحث فيها فى أغلب الأحيان عن صدى تفكير هذا البلد . ولكن يجب ألا نغتر لأنه يندر حتى فى البلاد الديمقراطية أن يكون فى استطاعة الجمهور أن يعبر عن رأيه فى الصحف ؛ إذ أن سلك الصحف التى تنشر نخبة الرسائل التى يدلى فيها القراء بآرائهم حيال الأحداث قليلة .

غير أنه فى البلاد التى تتيح فيها حرية الصحافة الفرصة للتعبير عن مختلف وجهات النظر ، يكون فى مكنة كل مواطن أن يشترى

---

(١) Life
(٢) Reader's Digest
(٣) Time
(٤) News-Week

الصحيفة التى يفضلها ؛ ذلك أنه يفرض عندئذ أن وجهات نظر الصحيفة تتفق مع وجهات نظر قرائها وإلا فلمَ يستمرون فى شرائها ؟ ويحق لنا أن نولى الصحافة اليومية اهتمامنا الخاص لأنها بعملها اليومى المستمر تترك أثرا كبيرا فى عقول قرائها ، هذا إذا استثنينا البلاد الدكتاتورية .

ولكن لهذا التأثير حدودا ، ذلك أنه منذ أن بدئ فى تحليل نتائج الانتخابات والعمل على استخلاص العلاقة بين الجرائد المقروءة والأصوات التى أدلى بها ، وذلك عن طريق استقصاءات دقيقة ، يلاحظ أن حرية الاختيار لم تكن بقراءة صحيفة واحدة بذاتها . ويبدو كما رأينا فيما سبق أن الجمهور عملا بروح العدالة ، يعطى صوته للمرشح المسكين الذى لم يسعده الحظ لتؤيده صحيفة الشيكاجو تريبيون[1] . وفضلا عن ذلك فإنه لا يندر أن يتحدد اتجاه الناخب بحجة سمعها فى الراديو أو فى اجتماع عام أو فى حديث خاص : إن هذه الحجة الوحيدة وليدة آخر ساعة ، تهدم أحيانا صرح النفوذ الذى شيدته الصحيفة .

وإذا كان من العسير على الصحيفة بطريق الإيحاء أو بغير ذلك من الطرق ، أن تجعل قراءها يقومون بعمل شىء محدد

---

(١) Chicago Tribune

وملموس ، كالتصويت لمرشح أو لآخر ، فإنها نجحت تماما فى تهيئة الأذهان . إن الإنسان حريص على أن يحتفظ بالقرار الذى يريد اتخاذه ، ولكن الصور التى سيدلى بحكمه بناء عليها إنما يدخل جانب كبير منها رأسه عن طريق الصحف أو المجلات التى يقرأها. وتعتمد حكومات المجتمعات الديمقراطية الحديثة على الاستفتاء الشعبي . وتربية الناس فى المعاهد والمدارس لا تنتهى عندما يغادرونها فى سن الثالثة عشر أو السابعة عشرة ، بل تستمر فى سن المراهقة والبلوغ بالمطالعة ، وخاصة مطالعة الصحف والمجلات . لذلك كان من أهم الأشياء أن تعطيهم الصحافة صورة واقعية للعالم ، وحينئذ لا يتوقف الحكم على نجاح الصحيفة على مدى ماتبيعه من النسخ ، بل على مبلغ ماتقدمه من حقائق .

وفى معظم الولايات المتحدة ، يبدو على قليل من الصحف أنها تعمل فى جهد وتصميم لتعطى للناس هذه الصورة الواقعية التى للعالم بحيث تكون بعيدة عن كل هدف سياسى أو تجارى ظاهر . وفى الأنظمة الديمقراطية يلاحظ أن الصحف السياسية غير ناجحة ؛ ذلك أن الجمهور يفضل صحف الأخبار التى بفضل تنوع موادها ، تهيء للناس قراءة مشوقة سهلة ؛ مما يغرى كثيرا من مديرى الصحف على أن يقدموا على صفحاتهم ما يرضى القراء.

ويجذبهم . ومخافة أن يكونوا فوق مستوى هؤلاء القراء ، فإنهم يتخبطون فى التافه والغث من الموضوعات .

إن على أساتذة الصحافة ومديرى الصحف ورؤساء تحريرها ومحررى الأبواب الشعبية مسئوليات تجاه جمهورهم ، وهى مسئوليات تسوغ وحدها الامتيازات التى يتمتعون بها عادة فى المجتمع . غير أنه من المؤسف حقا ألا يؤدى هذه المسئوليات إلا عدد قليل جدا منهم . ولكن لابد من أن نلتمس لهؤلاء العذر الماثل فى البناء التجارى للصحافة : لحياة صحفهم ، بل ورفاهيتها متوقفان على نجاحها أمام الجمهور ؛ ولابد أن نقبل هذا الجمهور على كما هو على علاته ؛ إذ أنه غالبا ما يكون قليل التعليم ، خامل الذهن ، متمتعا بصفات خلقية دون المتوسط . ولا شك أن على هؤلاء يقع عبء النهوض بهذا الجمهور ، ولكنهم ليسوا هم وحدهم المكلفون بهذا العبء . لننبذ هؤلاء الذين لايهتمون بخدمة الجمهور ، ولكن لنطلب أيضا إلى المدرسين فى كل مكان وإلى المؤسسات الدينية والأسر أن يبدأوا هم بجهودهم فى سبيل خلق جمهور أفضل وأن يعلموا قراء المستقبل كيف يميزون بين الصحيفة الجيدة والصحيفة الرديئة ويفضلون الأولى . فبهذه الوسيلة فقط يمكن تحسين الصحافة الحديثة .

فهرست

صحيفة

صحيفة

الفصل الثانى

البـاب الثالث

تصحيح الخطأ

الخطأ	الصواب	صحيفة
اللحفة	اللحظة	١٠
ليست	وليست	١١
البيضا	البيضاء	٢٨
Meimar	Weimar	٤١
gence	Agence	٥٠
لما	كما	٥١
الوكلات	الوكالات	٥٤
Raaiotelescripteur	Radiotelescripteur	٥٨
Grapriciors	Proprietors	٧٢
أجسليا	أجنسيا	٧٦
النسح	النسخ	٨٩
Willam	William	١٠٣
Business	Business manager	١١٢
مليون مائة	مليون ومائة	١٢٠
France	Franc	١٤١
France	Franc	١٤٤
Nawelles	Nouvelles	١٥٨
Pravde	Pravda	١٦٣

